

• SCHEDA DI ADESIONE •

Corso di venerdì 16 e sabato 17 ottobre 2009 dei prof. Daniele Rimini e prof. Piero Notarrigo

Da compilare ed inviare anche via Fax a:

EDIZIONI MARTINA s.r.l.

Via P.A. Orlandi, 24 - 40139 BOLOGNA

☎ 051/6241343 - Fax 051/545514

e-mail: centrocorsi@edizionimartina.com www.edizionimartina.com

Cognome..... Nome.....

Via.....

Cap..... Città..... Prov.....

Tel..... Fax.....

e-mail.....

C.F..... P. Iva.....

Data..... Firma.....

In conformità alla Legge N° 196/03, i dati forniti saranno utilizzati al solo scopo di inviare documentazione e/o campionatura gratuita.

Quote di partecipazione:

Tutte le professioni sanitarie € 150,00 + I.V.A. 20%

Ad ogni partecipante verrà omaggiato il libro di NOTARRIGO P. - COSTA A. - MESSINA D.

Il Marketing Management in Medicina estetica - Aspetti gestionali e legali
Edizioni Martina - Prezzo di copertina € 120,00

La quota di partecipazione comprende: il materiale congressuale, l'attestato di partecipazione, i coffee-break e le colazioni di lavoro.

Modalità di pagamento:

- Assegno bancario o circolare non trasferibile intestato a Edizioni Martina S.r.l.
- Bonifico bancario (inviare copia) intestato a Edizioni Martina S.r.l., Unicredit Banca Bologna Aldrovandi BO, codice IBAN: IT 14 R 02008 02457 000002827384
- C.C.P. 28354405

Rinuncia:

Le cancellazioni delle iscrizioni al corso dovranno pervenire per iscritto alla segreteria organizzativa e saranno rimborsate completamente se pervenute 20 gg. prima della data di inizio del corso.

Dopo tale termine non è previsto alcun rimborso.

Si ringrazia per la cortese
collaborazione:



EDIZIONI MARTINA

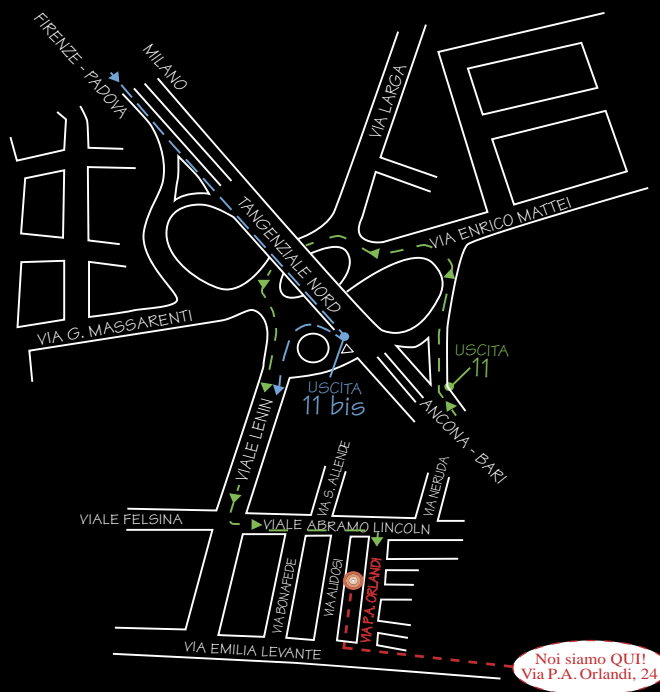
• COME RAGGIUNGERCI •

Uscita Tangenziale 11 bis
per chi arriva da:

- Milano
- Padova
- Firenze

Uscita Tangenziale 11
per chi proviene da:

- Ancona



Per informazioni ed iscrizioni:

Segreteria Organizzativa: Sig.ra Vanessa Cioni - Dr.ssa Nadia Martina

CENTRO CORSI EDIZIONI MARTINA
40139 Bologna - Via P.A. Orlandi, 24 - Tel. 051 6241343 - Fax 051 545514
e-mail: centrocorsi@edizionimartina.com www.edizionimartina.com

I.P.



CENTRO CORSI

AGGIORNAMENTO ^{di} e PERFEZIONAMENTO

**MANAGEMENT DELLO STUDIO
IN AMBITO SANITARIO**
Corso Teorico-Pratico

RELATORI:

PROF. DANIELE RIMINI
PROF. PIERO NOTARRIGO

Venerdì 16 Ottobre 2009
Sabato 17 Ottobre 2009

**AZIENDA CON SISTEMA QUALITÀ
CERTIFICATO DA DNV**
UNI EN ISO 9001/2000



**CENTRO CORSI
EDIZIONI MARTINA**
Via P.A. Orlandi, 24 - 40139 Bologna

• PROFILO DEI RELATORI •



prof. Piero NOTARRIGO

Laurea in Medicina e Chirurgia con lode nel 1983 e specializzazione in Fisioterapia nel 1989 presso l'Università di Bologna. Diploma in Medicina Estetica presso la Scuola Internazionale di Medicina Estetica della Fondazione Internazionale Fatebenefratelli di Roma - Direttore prof. C.A. Bartoletti. Corso di perfezionamento in

Medicina Estetica presso il Dipartimento di Chirurgia dell'Università di Pavia - Direttrice prof. A. Faga. Corso di perfezionamento in Flebologia ed Estetica presso l'Università di Perugia - Direttore prof. R. Bisacci. Master di II livello in Medicina e Chirurgia Estetica (indirizzo medico) presso l'Università della Repubblica di San Marino e l'Università degli Studi di Roma "La Sapienza" - Direttore prof. N. Scuderi. Docente di marketing management in Medicina Estetica presso la Scuola Internazionale di Medicina Estetica diretta dal prof. C.A. Bartoletti. Professore a contratto del Master di Secondo Livello in Medicina Estetica e Chirurgia Estetica presso l'Università degli Studi della Repubblica di San Marino. Coordinatore dell'Accademia Italiana di Medicina Estetica (A.I.D.M.E.) per il Centro-Nord Italia. Autore del libro: "Il marketing management in Medicina Estetica -Aspetti gestionali e legali" - Ed. Martina - Bologna - 2007.



prof. Daniele RIMINI

Laurea in Economia e Commercio (Università di Bologna) a pieni voti. MBA, Master in Business Administration - 15 mesi, Profingest Management School - Bologna - certificato ASFOR (15 mesi a tempo pieno). Professore a contratto presso l'Università degli Studi di Bologna, facoltà di Economia, per gli insegnamenti "Marketing" nel Corso di Laurea di Economia del turismo e "Marketing applicato ai servizi e al turismo"

nel Corso di Laurea Specialistica Amministrazione e Revisione aziendale dell'Università di Rimini. Collabora con il Consorzio Alma, la Graduate School of Information Technology, Management and Communication dell'Università di Bologna che, nel maggio 2006, si è fusa con la Business School Profingest. Socio fondatore della società "pd for Consulenza Direzionale Srl", che si occupa di progetti e sviluppo delle aziende clienti negli ambiti della Direzione d'impresa. Svolge attività di consulenza direzionale per aziende private in diversi settori e nella Pubblica Amministrazione (Poste Italiane, CCIAA, Enti locali, Strutture sanitarie). I suoi attuali interessi di ricerca riguardano lo sviluppo del business plan e la gestione manageriale dell'attività sanitaria. Autore dei libri: "Come redigere un Business Plan - manuale operativo" e "Come sviluppare in azienda la metodologia del Project Management" - Ed. Martina - Bologna - 2008.

• PROGRAMMA •

Venerdì 16 ottobre 2009

Sabato 17 ottobre 2009

MANAGEMENT DELLO STUDIO IN AMBITO SANITARIO - Corso Teorico-Pratico

Ore 08.30 - 09.00 - **Registrazione partecipanti**

Ore 09.00 - 11.00 - **Conoscere il paziente**

- I pazienti sono tutti uguali? • Elementi costitutivi e progetto di un data base marketing per uno Studio Medico • La segmentazione della clientela

Ore 11.00 - 11.15 - **Break**

Ore 11.15 - 13.00 - **Introduzione al controllo**

- Linee guida per la gestione manageriale dello Studio • Caratteristiche, strumenti e fasi applicative del controllo di gestione
- I concetti di efficacia ed efficienza per il controllo di gestione sanitario • I concetti basilari da conoscere: struttura patrimoniale, economica, finanziaria

Ore 13.00 - 14.00 - **Pausa pranzo**

Ore 14.00 - 16.00 - **La redditività dello studio**

- La classificazione dei costi • La determinazione del punto di pareggio • Le configurazioni di costo: full costing e direct costing • La determinazione del costo delle prestazioni e la fissazione del prezzo della stessa • La marginalità delle diverse tipologie di prestazione

Ore 16.00 - 16.15 - **Break**

Ore 16.15 - 18.00 - **Analisi economiche**

- Esercitazione pratica e dibattito sui temi affrontati

Ore 09.00 - 11.00 - **Le basi del marketing**

- Significato del marketing in medicina • Analisi e gerarchia dei bisogni del cliente • Il comportamento d'acquisto del cliente • Definizione e principi di gestione del servizio • Presenza e gestione del disservizio

Ore 11.00 - 11.15 - **Break**

Ore 11.15 - 13.00 - **La progettazione dei servizi**

- Il modello delle 5 P per la programmazione ed il controllo della qualità in uno Studio Medico • La misurazione della customer satisfaction • Il marketing mix • Analisi dell'ambiente interno ed esterno la Struttura sanitaria • Come promuovere il proprio Studio: tecniche e strumenti

Ore 13.00 - 14.00 - **Pausa pranzo**

Ore 14.00 - 16.00 - **La misurazione della customer satisfaction**

- Esercitazione pratica entrando nel ruolo del cliente che deve valutare la qualità del servizio offerto • Proposta di un questionario da poter utilizzare nel proprio Studio Medico

Ore 16.00 - 16.15 - **Break**

Ore 16.15 - 17.30 - **Il progetto di un marketing plan**

- Esercitazione pratica con casi reali proposti dai partecipanti al Corso

• OBIETTIVI DEL CORSO •

La realizzazione del Corso nasce dall'esigenza di offrire ai propri clienti attuali/potenziali un percorso formativo manageriale per la gestione dello Studio Medico. Oggi infatti, emergono una serie di necessità che il medico libero professionista, inserito nell'attuale moderna società, riconosce sempre più urgenti e che gradualmente si rende conto di non essere in grado di soddisfare. Nel momento in cui si decide di intraprendere una propria attività professionale autonoma iniziano a prospettarsi una serie di quesiti tra i quali: "In quale zona della città aprire lo Studio?", "Quali servizi inerenti la propria specialità proporre? Quali sono i bisogni riguardanti la propria professione maggiormente esplicitati dalla popolazione residente?", "Come interagire al meglio con il proprio consulente commercialista?", "Come promuovere al meglio la propria attività nell'ambito delle attuali leggi riguardanti la regolamentazione della pubblicità sanitaria? Come organizzare degli eventi indirizzati alla diffusione conoscitiva di argomenti riguardanti la propria professione tra il pubblico e/o tra i medici di varie discipline? Come reperire le risorse per finanziare tali incontri?" Come è possibile monitorare la propria attività sia in ambito gestionale che di soddisfazione della propria clientela?", "Come raggiungere la customer satisfaction?". Il Corso, attraverso l'interazione tra un medico, che da tempo studia come apprendere e trasferire le strategie di marketing aziendale nell'ambito della gestione quotidiana di una piccola struttura sanitaria, e un consulente aziendale, esperto nella gestione di tali realtà e con la capacità di un linguaggio chiaro e semplice per i non addetti ai lavori, si propone di offrire un valido aiuto a tutti i professionisti sanitari per poter progettare e realizzare un Servizio in sintonia con le sempre più esigenti richieste degli utenti. Il corso si articola in **due moduli** della durata complessiva di **due giornate**.

Il **primo modulo** è dedicato all'approfondimento delle tematiche legate al controllo ed alla gestione dei costi; verranno affrontati i seguenti argomenti:

- Gestione imprenditoriale dello studio • Classificazione dei costi • Margine di contribuzione come strumento per le decisioni gestionali • Marginalità delle diverse tipologie di prestazione • La definizione del prezzo delle prestazioni • Punto di pareggio dell'attività dello studio

Nel **secondo modulo** si affrontano le principali tematiche legate alla gestione organizzativa del sistema di erogazione del servizio e allo sviluppo della attività dello Studio ed è finalizzato a fornire ai partecipanti le fondamentali nozioni relativamente alle seguenti tematiche:

- Marketing in ambito sanitario • Comportamento d'acquisto del cliente • Sistema di erogazione del servizio • Qualità nello Studio medico • Soddisfazione del paziente/cliente • Promozione dell'attività dello Studio.