



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Sanità e Post Laurea

Allegato 8 al Bando di Ammissione

pubblicato il 14/09/2018

## Sommario

ART. 1 - TIPOLOGIA.....	1
ART. 2 - OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO E SBocchi PROFESSIONALI .....	1
ART. 3 - ORDINAMENTO DIDATTICO .....	1
ART. 4 – VALUTAZIONE DELL’APPRENDIMENTO IN ITINERE.....	3
ART. 5 – PROVA FINALE E CONSEGUIMENTO DEL TITOLO .....	3
ART. 6 - DOCENTI.....	3
ART. 7 - REQUISITI DI AMMISSIONE .....	3
ART. 8 - TERMINE DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE DI AMMISSIONE .....	5
ART. 9 - ALLEGATI ALLA DOMANDA DI PARTECIPAZIONE.....	5
ART. 10 – TASSE E CONTRIBUTI .....	5
ART. 11 – SITO WEB DELLA SEGRETERIA ORGANIZZATIVA .....	5
DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI CERTIFICAZIONE.....	6

### ART. 1 - TIPOLOGIA

L’Università degli Studi di Pavia attiva per l’anno 2018/2019, il Master Universitario di II livello in “**Marketing Management nel Settore Farmaceutico**” presso il Dipartimento di Scienze del Farmaco – Sezione di Farmacologia.

Edizione: XIV

Area di afferenza: *Economica, Medica*

### ART. 2 - OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO E SBocchi PROFESSIONALI

Il Master di II livello in “*Master in Marketing Management nel Settore Farmaceutico*” intende rispondere alla domanda di figure professionali esperte nell’analisi e nella valutazione quantitativa di problematiche di questo specifico settore del marketing da parte delle aziende farmaceutiche, delle agenzie specializzate in comunicazione in ambito sanitario e farmaceutico e dei servizi outsourcing di pianificazione del marketing farmaceutico.

Il Master forma figure professionali in grado di operare con funzioni di coordinamento o di consulenza presso aziende industriali, commerciali e società di consulenza o fornitrici di servizi nei campi:

- settore marketing and sales dell’industria farmaceutica
- servizi outsourcing di pianificazione marketing farmaceutico
- agenzie specializzate in comunicazione in ambito sanitario e farmaceutico
- settore studi di mercato in campo farmaceutico
- settore medical department
- settore business development/licensing delle aziende
- settore del market access

### ART. 3 - ORDINAMENTO DIDATTICO

Il Master è di durata annuale (1500 ore totali – **60 CFU**) ed è articolato in: didattica frontale, seminari, esercitazioni pratiche-stage o visite presso strutture industriali, strutture pubbliche del settore farmaceutico e/o altre università italiane od estere, visite presso enti specializzati e aziende di servizi di outsourcing per l’industria farmaceutica, seminari, attività di studio e preparazione individuale.

È infine previsto un tirocinio curriculare obbligatorio di sei mesi presso una delle aziende partner del master a seconda delle disponibilità/richieste del mercato.

La frequenza da parte degli iscritti alle varie attività formative è obbligatoria per almeno il 75% del monte ore complessivamente previsto.

Il periodo di formazione non può essere sospeso.

Non sono ammessi trasferimenti in Master analoghi presso altre sedi universitarie.

I Moduli di insegnamento sono così organizzati e verranno tenuti prevalentemente in lingua italiana:



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Sanità e Post Laurea

Moduli SSD	Contenuti	Ore didattica frontale	Ore esercitazioni/ laboratorio	Ore studio individuale	Totale ore	C.F.U.
1) Struttura Aziendale SECS-P/07 SECS-P/10	Organizzazione aziendale, amministrazione e finanza aziendale <i>Budgeting</i> e controllo di gestione, sistemi di controllo di qualità	24	9	42	75	3
2) Mercato Farmaceutico I CHIM/10	Aziende farmaceutiche (dalla R&S alle vendite), prodotti farmaceutici (Rx to OTC, generici, biotech, presidi, integratori, fitofarmaci),	16		34	50	2
3) Mercato Farmaceutico II CHIM/10	Struttura del mercato (grossisti, farmacie, ospedali, ASL, parallel trading), attori del mercato (medici, farmacisti, pazienti, associazioni, ecc.).	16		34	50	2
4) Il farmaco nel Sistema Sanitario Nazionale I BIO/14	Il SSN italiano ed i diversi sistemi sanitari europei, Devolution e Regione, Agenzia del Farmaco, registrazione e prezzi	16		34	50	2
5) Il farmaco nel Sistema Sanitario Nazionale II SECS-P/10 CHIM/10 SECS-P/07	Farmacoeconomia, promozione e pubblicità, etica comportamentale	16		34	50	2
6) Marketing Farmaceutico I SECS-P/08	Base di MKT, Piano Marketing e finanziario del prodotto. Ricerche quali-quantitative	24	9	42	75	3
7) Marketing Farmaceutico II SPS-08 SECS-P/10	MKT e comunicazione (incluso Brief agenzia). Indicatori mercato (Nielsen, IMS o OSMED). Ricerche quali-quantitative e ad hoc nel settore farmaceutico. strategie medico-marketing. Piano Marketing e finanziario del prodotto farmaceutico (Rx e OTC). Market access. Ruolo del product Manager. Medical education. Media relation, elementi di crisis management. L'IT nella comunicazione: e-marketing. Promozione, informazione e CRM	56	21	98	175	7
8) Marketing Farmaceutico III SECS-P/08	Strategia registrativi (prezzi e rimborso), strategia pre-lancio nuovo prodotto e lancio, strategia rilancio prodotto maturo, <i>Switch</i> RX to OTC, marketing prodotto generico	32	12	56	100	4



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Sanità e Post Laurea

9) Marketing Farmaceutico IV SPS-08 SECS-P/08	Comunicazione Business to Consumer (per prodotti Rx, OTC e integratori), cause related marketing, comarketing e copromotion, ottimizzazione del portafoglio prodotti-licensing, Forecasting, ciclo di vita del prodotto	32	12	56	100	4
10) Competenze Personali SEC-P/10 SPS-08	Comunicazione e negoziazione, gestione risorse umane, lavoro di gruppo, ottimizzazione della propria <i>employability</i>	16	6	28	50	2
Totale parziale ore/CFU		248	69	458	775	31
Tirocinio-Stage - Attività di lavoro individuale presso una delle aziende convenzionate					625	25
Prova finale					100	4
<b>Totale ore/CFU</b>					<b>1500</b>	<b>60</b>

## ART. 4 – VALUTAZIONE DELL’APPRENDIMENTO IN ITINERE

Al termine del master gli studenti sono tenuti a sostenere una prova scritta finale. La valutazione terrà conto anche di altri elementi tra cui la valutazione degli stage e dell’elaborato di tesi finale consistente nella stesura di una tesi relativa al proprio progetto di lavoro personale, orientato al Marketing Farmaceutico e svolto presso Industrie farmaceutiche, agenzie di editoria o di servizi convenzionate, che verrà discussa sotto forma di poster o di oral speech a seconda della valutazione che verrà data dal collegio docenti. Eventuali verifiche di profitto e la prova finale non danno luogo a votazione.

## ART. 5 – PROVA FINALE E CONSEGUIMENTO DEL TITOLO

A conclusione del Master, ai partecipanti che abbiano svolto tutte le attività ed ottemperato agli obblighi previsti, previo il superamento dell’esame finale verrà rilasciato il Diploma di Master Universitario di **II livello** in **“Marketing Management nel Settore Farmaceutico”**.

L’esame finale consisterà in un questionario a risposta multipla e nella stesura di una relazione su un argomento concordato tra Collegio dei docenti e referente aziendale anche in funzione dell’attività di tirocinio del candidato.

## ART. 6 - DOCENTI

Gli insegnamenti del Master saranno tenuti da Docenti dell’Università degli Studi di Pavia e da Esperti esterni altamente qualificati.

## ART. 7 - REQUISITI DI AMMISSIONE

Il Master è rivolto a chi abbia conseguito il:

**1. diploma di laurea specialistica/magistrale ai sensi dei D.M. n. 509/1999 e D.M. 270/2004, in una delle seguenti classi:**

- Farmacia e Farmacia Industriale (14/S, LM-13) (Corsi di laurea in Farmacia e Chimica e Tecnologie Farmaceutiche)
- Scienze Chimiche (62/S, LM-54)
- Medicina e Chirurgia (46S, LM-41)
- Medicina Veterinaria (47/S, LM-42)
- Biologia (6/S, LM- 6)
- Biotecnologie Mediche, Veterinarie e Farmaceutiche (9/S, LM-9)
- Biotecnologie industriali (8/S, LM-8)
- Comunicazione Professionale e Multimedialità (13/S, LM-19)
- Scienze Linguistiche profilo Management Internazionale (LM-38)



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Sanità e Post Laurea

- Scienze dell'economia (64S, LM-56, 84S, LM-77,) Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità (LM-59, 67/S e 59/S)

## 2. **diploma di laurea secondo il previgente ordinamento in:**

- Chimica e Tecnologia Farmaceutiche
- Farmacia
- Chimica
- Medicina e chirurgia
- Medicina veterinaria
- Relazioni pubbliche
- Scienze della comunicazione
- Scienze Biologiche
- Biotecnologie indirizzo biotecnologie farmaceutiche
- Biotecnologie indirizzo biotecnologie veterinarie
- Biotecnologie indirizzo biotecnologie mediche
- Biotecnologie indirizzo biotecnologie industriali Scienze economiche, statistiche e sociali
- Scienze Politiche
- Discipline economiche e sociali
- Economia ambientale
- Economia del commercio internazionale e dei mercati valutari
- Economia del turismo
- Economia delle amministrazioni pubbliche e delle istituzioni internazionali
- Economia delle istituzioni e dei mercati finanziari
- Economia e commercio
- Economia industriale
- Economia politica
- Economia aziendale
- Economia bancaria
- Economia bancaria, finanziaria e assicurativa

Il numero massimo degli iscritti è pari a **20**

Il numero minimo per attivare il corso è di n° **10** iscritti.

Il Collegio docenti potrà valutare se sussistano le condizioni per ampliare il suddetto contingente di posti.

**Verrà effettuata, da parte di una Commissione composta dal Coordinatore e da almeno due docenti del Master, una selezione di tutti i candidati in possesso dei requisiti di ammissione.**

Al colloquio di selezione il candidato dovrà portare **3 copie** del CV aggiornato con fotografia e una lettera motivazionale.

Sarà quindi formulata una graduatoria di merito espressa in centesimi, che verrà utilizzata anche in caso di superamento di numero massimo, e che verrà redatta sulla base dei seguenti criteri di valutazione:

- 1. fino a un massimo di 25 punti per il voto di laurea come di seguito ripartito:**
  - Voti fino a 90/110 5 punti
  - Voto da 91 a 100/110 10 punti
  - Voto da 101 a 104/110 15 punti
  - Voto da 105 a 110/110 20 punti
  - Voto di 110 e lode 25 punti
- 2. fino ad un massimo di 15 punti per pubblicazioni scientifiche inerenti le tematiche del master così ripartiti:**
  - 5 punti per produzione fino a 3 pubblicazioni
- 3. fino a un massimo di 25 punti per precedenti esperienze di lavoro nel settore marketing dell'industria farmaceutica**
  - 25 punti per esperienza superiore ai 3 anni
  - 2 punti per ogni trimestre di attività di lavoro fino ai 3 anni



# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PAVIA

Servizio Sanità e Post Laurea

4. **fino a un massimo di 35 punti per il colloquio conoscitivo** che tendente a valutare la cultura in ambito farmaceutico, le motivazioni e l'attitudine al lavoro nel settore del marketing farmaceutico, **la conoscenza delle lingue straniere.**

Il colloquio si intende superato con un punteggio minimo di **18 punti**.

In caso di parità di punteggio in graduatoria prevale il candidato anagraficamente più giovane.

In caso di rinuncia di uno o più candidati, i posti resisi disponibili saranno messi a disposizione dei candidati che compaiono nella graduatoria finale, fino ad esaurimento dei posti stessi, secondo la graduatoria di merito.

## ART. 8 - TERMINE DI PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE DI AMMISSIONE

I candidati devono inviare la domanda di ammissione secondo le modalità stabilite dal bando a decorrere **dal 14 settembre 2018 ed entro il termine del 8 gennaio 2019.**

I requisiti richiesti dal bando devono essere posseduti entro il termine previsto per la presentazione della domanda di ammissione.

## ART. 9 - ALLEGATI ALLA DOMANDA DI PARTECIPAZIONE

I candidati devono allegare alla domanda di partecipazione al master la dichiarazione sostitutiva di certificazione/dichiarazione sostitutiva di atto di notorietà relativa a quei requisiti richiesti per l'ammissione e per l'eventuale selezione, che non possono essere dichiarati nella procedura on-line, **utilizzando esclusivamente il modulo in coda a questo allegato.**

## ART. 10 – TASSE E CONTRIBUTI

### Immatricolazione:

L'iscritto al Master dovrà versare per l'a.a. 2018/2019 la somma di € **5.185,00** comprensiva di: € **16,00** (imposta di bollo) e € **142,00** ("*Spese di segreteria*"). Tale importo si versa in un'unica rata all'atto dell'immatricolazione.

Enti o Soggetti esterni nazionali o internazionali potranno contribuire al funzionamento del Master mediante l'erogazione di contributi finalizzati alla copertura totale o parziale della quota di iscrizione. In tal caso i candidati saranno selezionati sulla base di criteri stabiliti dal Collegio Docenti e pubblicati sul sito della Segreteria Organizzativa del Master.

### Prova finale:

Per essere ammessi alla prova finale i candidati devono presentare apposita domanda di ammissione in marca da bollo da € 16,00 ed effettuare il versamento di € **100,00<sup>1</sup>** (di cui € 16,00 quale imposta di bollo sulla pergamena assolta in modo virtuale) quale contributo per il rilascio della pergamena.

## ART. 11 – SITO WEB DELLA SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

Qualsiasi comunicazione ai candidati verrà resa nota mediante pubblicazione al seguente sito web: [www.mamaf.it](http://www.mamaf.it).

### Per informazioni relative all'organizzazione del corso e alla Didattica:

## SEGRETERIA ORGANIZZATIVA DEL MASTER

S.A.V.E. Studi Analisi Valutazioni Economiche:

Coordinatore scientifico: Prof. Giorgio L. Colombo

Segreteria scientifica: Dr. Giacomo M. Bruno, Dr.ssa M. Chiara Valentino

Segreteria didattica: Sig.ra Ersilia Miglioli

Email: [segreteria@mamaf.it](mailto:segreteria@mamaf.it)

---

<sup>1</sup> Il pagamento va effettuato tramite MAV seguendo la medesima procedura descritta per il versamento del contributo di ammissione. Si fa presente che l'importo potrebbe essere aggiornato con delibera del Consiglio di Amministrazione in data successiva alla pubblicazione del presente bando.

