

Salerno, 9 Luglio 2019
Prot.n° 12 / IM / fdv
Oggetto: Corso Luiss Business School “Management in Farmacia”. Edizione 2019
IMPORTANTE

A TUTTI I COLLEGHI

E-MAIL

Caro collega,

visto l'enorme successo riscosso lo scorso anno, anche per il 2019, Promosalerno srl, con il Patrocinio dell'Ordine dei Farmacisti di Salerno, di Federfarma Salerno e dell'Agifar Salerno, ha ritenuto utile organizzare il corso con la LUISS Business School sul “Management in Farmacia. I relatori saranno i Prof.ri Micozzi e Ciafrè. Il programma dettagliato del corso è sintetizzato nell'allegato (all. n.1). Il corso si pone l'obiettivo di dare una visione a 360 gradi di tutto ciò che ruota attorno al mondo della farmacia, di come ottimizzare tempi e risorse, in maniera sempre etica e professionale, per ottenere il massimo rendimento.

Anche quest'anno, le giornate di corso saranno due, sabato 26 Ottobre e sabato 9 Novembre 2019, ciascuna di 8 ore circa. Al termine sanno rilasciati gli attestati ed i crediti ECM (siamo in corso di accreditamento, ma confidiamo nello stesso numero di crediti del 2018).

Il costo è rimasto invariato, ovvero 280,00 euro + Iva, deducibile dalle imposte, essendo anche un corso ECM.

Il numero massimo dei partecipanti, quest'anno sarà di 50 posti.

Ti pregherei di inviare la scheda di iscrizione, a mezzo e-mail promosalernosrl@libero.it oppure via fax allo 089 / 522 69 66 **entro e non oltre venerdì 20 Luglio 2019**, in modo da poterci organizzare meglio ed offrire la possibilità di partecipare anche ad altri colleghi (all. n. 2)

Sarà tenuto conto l'ordine cronologico delle schede pervenute.

I colleghi che avranno inviato il modulo d'iscrizione saranno contattati via mail dopo il 20 Luglio per conoscerne lo stato ed eventualmente i dettagli per la ratifica definitiva.

L'occasione è gradita per porgerTi cordiali saluti.

IL SEGRETARIO
(dott. Giuseppe Lombardi)

IL VICE-PRESIDENTE
(dott. Ignazio Milillo)

SCHEDA DI ISCRIZIONE CORSO “Management in Farmacia”

LUISS BUSINESS SCHOOL – PROMOSALERNO Srl

Sabato 26 Ottobre e 9 Novembre 2019 - ore 8,30

Compilare a STAMPATELLO ed inviare a

promosalernosrl@libero.it oppure al fax 089 52 26 966

Compilare una scheda per ciascun partecipante

DATI FARMACIA (Non obbligatoria la compilazione)

DENOMINAZIONE: _____

LOCALITA' _____ Tel. _____

DATI PARTECIPANTE: (Dati obbligatori)

COGNOME _____

NOME _____

LUOGO DI NASCITA _____

DATA DI NASCITA _____

CODICE FISCALE _____

RESIDENZA _____

CELLULARE _____

E-MAIL _____

_____ li _____

(Firma)

Si autorizza al trattamento dei Dati Personali per l'evento indicato ai sensi della normativa vigente in materia.

DATA _____

FIRMA _____

LUISS Business School

Consulting & Custom Programs

Proposta formativa per
Ordine dei Farmacisti della
Provincia di Salerno

Giugno 2019



Mission & Vision

LUISS Business School is a partner in growth and transformation processes.

The School supports the growth and transformation of its corporate and institutional partners by providing talents and competencies through its education and research activities, thereby allowing these partners to face present and future economic and social challenges.

This approach is unique through an entrepreneurial perspective combined with problem solving; vision nourished by creativity and critical thinking; focus on the importance of sustainability, social impact, and diversity; and understanding of the opportunities provided by digital transformation.

Within all programs, the School is integrating key dimensions of growth developed around the following four pillars, a unique position that differentiates it from other institutions:

SENSE-MAKING

Business Intelligence: Understand trends, collect and manage data, and use analytic tools to drive strategy and business decisions.

Connect: Create links and networks with external players that can impact business strategy and operations.

Vision: Understand social, geopolitical, economic, and technological trends to anticipate macrotrends that will impact business environment.

CHANGE-MAKING

Use unconventional skills and competencies to remodel and reshape business, drive organizational transformation, and empower people at all organisational levels. Leverage skills and competencies taught in courses on cultural diversity, team building, and problem solving in order to educate and prepare future business and management graduates.

CREATING

Creativity: Concept design and idea generation that leverage the principles of creative tools.

Entrepreneurship: Transform concepts and insights into business ideas and plans, supported by faculty and key market players.

SOCIAL IMPACT

Empower students to embed a social perspective into business practices, leveraging their “can-do” attitude and willingness to make things happen while also taking ethics into account.



Educational Model

The School promotes a learning-centric methodology, enhancing continuous improvements in pedagogical approaches that combine analytical thinking and relevant digital resources coming to rely on the blended learning model.

The multichannel learning methods compound with a "can-do" attitude nurture our students as innovative leaders.

The School seeks to create a passion for quality in teaching, learning, and research, and to develop individuals who are equipped with strategic and analytical thinking skills. The School supports the professional and personal development of students at different levels from undergraduate to executive education. Overall, the programs are designed as learning paths that will enable individuals to initiate and lead change in organisations. The School aims to be renowned as an institution of higher education that transversally links rigorous teaching standards with relevant academic and applied research.

MBA

A Master in Business Administration represents the excellence in managerial education for professionals, middle and senior managers and entrepreneurs. A unique international path, an incredible experience to strengthen skills and network opportunities.

MASTERS

One-year Master of Science programs addressed to post graduate students. Classes, teamwork, laboratories, coaching and career services to develop essential skills to deepen the main business issues to successfully face new market challenges.

EXECUTIVE PROGRAMS

Flexible and customized programs, offered mainly during the weekend, targeted at managers, entrepreneurs and professionals that are interested in developing and strengthening skills, leadership, technical and functional competencies.

CONSULTING AND CUSTOM PROGRAMS

Catching the opportunities and projecting the best solutions. Companies focus to improve the growth of relations among people and organizations, and business performance increases the need to develop leadership, innovation capability, entrepreneurship mindset in order to successfully develop talents in the business community.

Governance

Corporate Advisory Board

”

LUISS Business School is a leading institution that demonstrates a true commitment to compete successfully in the education market and measures against the top European schools, attracting talents willing to become change-makers and drive growth across future challenges in business and society. It's a competitive yet highly collaborative environment that will encourage students to think that their ambitions are not limited by boundaries.

Emma Marcegaglia
President of LUISS University “

”

LUISS Business School is an excellent hub for students to shape their profile according to their future goals. The School programs have a variety of labs that answer all corporate needs to excel in their careers.

Luigi Abete
President of LUISS Business School “

CORPORATE ADVISORY BOARD

ALBERTO BABAN
Former President Confindustria SMEs

MATTEO DEL FANTE
CEO, Poste Italiane

LUIGI GUBITOSI
CEO (Emergency Manager), Alitalia

SAMI KAHALE
General Manager, Esselunga

ALESSANDRO PROFUMO
CEO, Leonardo

GIUSEPPE RECCHI
CEO Affidea GROUP BV

PIETRO SALINI
CEO, Salini Impregilo

FRANCESCO STARACE
CEO, ENEL

Governance

International Advisory Board

INTERNATIONAL ADVISORY BOARD

DAG MORTEN DALEN

Professor, Provost and Senior Vice President,
BI Norwegian Business School

THOMAS DYLLICK

University Delegate for Responsibility and
Sustainability, Director of the Institute for
Economy and the Environment, University
of St. Gallen

MATHIAS FALKENSTEIN

IAB Chair, Managing Director, Centre
for Higher Education - CHE Consult

ALICE GUILHON

Dean of SKEMA Business School

DENNIS HANNO

President of Wheaton College

SANTIAGO INIGUEZ

President of IE University

BARBARA SPORN

Professor of Higher Education Management and Head
Institute of Higher Education Management, WU Vienna
University of Economics and Business

”

Being a leader of business today calls not only for leading-edge skills but also the ability to foresee the future and the opportunities it will bring. At LUISS Business School, business education goes well beyond business. We enable crucial transformation processes in the business community, nurturing future-thinking attitude that today's leaders need to support corporate and personal growth.

Paolo Boccardelli

Dean of LUISS Business School

“

Innovation & Research

The research in LUISS Business School has its roots in the consolidated relationship that the LUISS Guido Carli University has with Public Institutions and with the production system of the Country.

COMPETENCE CENTERS & LABS

LUISS Business School has organized its research activities in Competence Centers & Labs, authentic areas of academic excellence in order to push the development of innovation on relevant topics.

RESEARCH

Through this strong union derives its dual nature - academic and applied - strongly oriented to the stimulus of a 'can-do' attitude and to business impact. Supported by a network of academics, professionals and industry experts, the applied research and consultancy services to companies have turned primarily to the development of transformation programs and organizational innovation and business.

OBSERVATORIES

LUISS Business School is constantly working to create observatories, that are intended to be laid places of confrontation on issues of Management, Business and Transformation trends. Functioning as a pole of attraction for excellent stakeholders and heterogeneous ideas, they become the point of synthesis and fitting of the debate on the thematic areas of interest.

Corporate partner

The world of business meets the excellence of academic research in LUISS Business School, thanks to its long and established relationship with Confindustria

The close cooperation with the strategic Key Corporate Partners in different industries entails their involvement in training activities, research and consulting. A synergy which guarantees LUISS Business School a privileged point of view on the business world and on its future development.

The excellence of its consulting projects is the result of the involvement of university professors, managers, directors and consultants that allows to have multiple "languages" and exploit different perspectives. The scientific rigor and the vocation proper to the university context is accompanied by a constant attention for the management practices guaranteed by close cooperation with the business community in all phases of the project.

Accreditation & Certification

The LUISS Business School is fully committed to meet the highest standards of excellence in the field of management education. Recognised accreditations represent a validation of quality and rigor of the School, demonstrating the effort to implement continuous improvement processes to offer the best educational experience.



EQUIS (EFMD Quality Improvement System) raises the standard of management education worldwide and assesses institutions as a whole. Institutions that are accredited by EQUIS demonstrate a balance between high academic quality and the professional relevance provided by close interaction with the corporate world; an effective learning environment that favours the development of students' managerial and entrepreneurial skills; and also a high degree of internationalisation. LUISS Business School is accredited by EQUIS.



ISO 9001 is a standard that sets out the requirements for a quality management system. It helps businesses and organizations to be more efficient and improve customer satisfaction. The Management System of LUISS Business School conforms to the Quality Management System Standard UNI EN ISO 9001:2015 for design and provision of management training courses and management consulting (EA Sector: 37 - 35).



ASFOR (Associazione Italiana per la Formazione Manageriale) is the Italian Association for Management Education and aims to promote, through education, the dissemination of the managerial and entrepreneurial culture in public and private companies. LUISS Business School is member of ASFOR.



LUISS Business School is Registered Education Provider (R.E.P.) of **PMI** (Project Management Institute), the world's leading project management organization.



REGIONE LAZIO, LUISS Business School is accredited to Regione Lazio for the implementation of professional training or vocational guidance initiatives.



GRLI, LUISS Business School is a partner of the Global Responsible Leadership Initiative: GRLI is a non-profit organization that holds and facilitates an inclusive and collective call for deep systemic change across three domains: living, learning, leading. GRLI catalyses ideas and initiatives at the interface



PRME, LUISS Business School is a member of the United Nations Principles for Responsible Management Education and Responsible for the Italian Chapter*. PRME has the capacity to take the case for universal values and business into classrooms on every continent. PRME is committed to leading transformative social and individual practices, empowering business and social growth by developing talents and educate students to leadership as a matter of accountability, responsibility and creativity.

** Today, fifteen regional PRME Chapters help to advance the Six Principles within a particular geographic context, rooting PRME in different national, regional, cultural, and linguistic landscapes. They function as platforms for localized engagement from higher education institutions, and in cooperation with Global Compact Local Networks, can develop projects and initiatives that support the Sustainable Development Goals regionally.*

Agenda



Chi siamo

Il programma "Gestione e innovazione della farmacia"

Programma di dettaglio

Faculty

Valore del progetto

“Gestione e innovazione della farmacia”

LUISS BS ha assistito, nel corso del 2018, l'Ordine dei Farmacisti della Provincia di Salerno per la realizzazione di un paio di seminari didattici su temi di gestione aziendale, calati sull'impresa **Farmacia**, che è oggi al centro di un profondo processo evolutivo, caratterizzato da significativi cambiamenti normativi, del mercato e degli attori della sua filiera.

L'obiettivo del percorso intrapreso è stato quello di avvicinare i titolari delle farmacie territoriali a temi di **management**, che, iniziano a risultare importanti anche nel loro specifico ambito, alla luce dei cambiamenti di contesto che il settore sta attraversando.

I temi trattati nel corso dei due seminari della durata di una giornata ciascuno, sono stati:

- La gestione economico-finanziaria della farmacia
- Il processo di marketing e pianificazione commerciale della farmacia

Alla luce del gradimento registrato, è intenzione dell'Ordine realizzare altre due giornate nel corso del 2019 che, in continuità con quanto già trattato, possano fornire ulteriori spunti ed approfondimenti dei temi risultati più interessanti.

Articolazione

Il progetto proposto consiste in un corso di 2 moduli della durata di 1 giornata ciascuno, che si svolgeranno a Salerno presso una sede messa a disposizione dall'Associazione Farmacisti di Salerno.

Ogni giornata di lezione durerà complessivamente 8 ore di didattica in aula, secondo un calendario in fase di definizione.

Il corso si sviluppa attraverso un percorso logico articolato in sessioni, secondo il seguente programma:



Modulo 1	Obiettivi	Contenuti
Sessione I Carisma personale	Potenziare le abilità personali per essere ascoltati, apprezzati, memorizzati al meglio e per creare carisma personale	- Imprenditori di stessi: foglia o vento? Autostima, consapevolezza, condotta strategica - Come rendere la propria voce uno strumento di conquista, seduzione, motivazione - Le parole da usare e non usare nel rapporto con gli altri: la tecnica dell'elefante rosa, la tecnica di Caravaggio - Il linguaggio non verbale: come comprendere il significato dei gesti e come comunicare efficacemente quello che si desidera coordinando parola e corpo - La comunicazione coinvolgente: la tecnica del discorso spaziale, la tecnica del falco, la tecnica della dissonanza, la tecnica dell'attesa, la tecnica del punto rosso, la tecnica delle metafore, la tecnica di Neruda
Sessione II Tecniche personali di vendita e negoziazione	Potenziare le abilità personali di presentazione, comunicazione e negoziazione al fine di migliorare i risultati di vendita della farmacia	- Negoziazione personale - La costruzione del valore percepito - Psicologia della percezione e della persuasione - La sequenza di vendita e la gestione delle obiezioni - Dai servizi alla soluzione : servicescape, blueprint - L'ascolto del cliente e l'analisi del modello del valore con il modello di Fishbein
Sessione III Strategie ed azioni operative marketing e vendita on line ed off line	Comprendere come implementare un piano operativo di marketing attraverso azioni operative on line ed off line	- Strategie di vendita e modelli di misurazione dell'efficacia delle sales - Modelli avanzati di vendita: 66 tecniche di vendita - E commerce e web marketing

Modulo 2	Obiettivi	Contenuti
Sessione I Il sistema finanziario aziendale: "le nostre decisioni muovono milioni!"	Comprendere la logica delle scelte finanziarie e il loro impatto sulla farmacia	- Cos'è la finanza d'impresa: linee guida e nozioni di base sulla struttura finanziaria delle attività economiche, facendo particolare riferimento all'impresa "Farmacia". - Comprensione dei modelli economici: misurare le risorse disponibili, le proprie capacità competitive sul piano finanziario e il livello di indebitamento sostenibile. - Piccolo ripasso sull'analisi dell'impatto delle decisioni sul conto economico: "profit is an opinion cash is a fact"
Sessione II L'impatto delle decisioni sullo stato patrimoniale	Comprendere le dinamiche e sistemi decisionali a supporto dell'analisi dello stato patrimoniale	- Dalla vista economica a quella finanziaria: la differenza tra Ebit ed EbitDa. - Il capitale circolante netto e le sue variazioni. - Il concetto di capital expenditure (CAPEX).
Sessione III L'impatto delle decisioni sui flussi di cassa	Comprendere le dinamiche dei flussi di cassa e i suoi relativi sistemi di misurazione con specifico riferimento alla realtà della farmacia	- Il Free Cash Flow (FCF) ed i suoi determinanti: EbitDA, Variazione del capitale circolante, Capex. - L'albero del Free Cash Flow - Le decisioni di finanziamento del capitale investito: mezzi propri e mezzi di terzi. - Il concetto di posizione finanziaria netta (PFN) ed il relativo albero! - Implementazione di un sistema di KPI per la farmacia.



Gabriele Micozzi, Docente di Marketing presso l'Università LUISS Guido Carli e presso la LUISS Business School, dove insegna marketing, comunicazione, negoziazione e psicologia di vendita. Insegna marketing Internazionale all'Università Politecnica delle Marche e in molti Master e Corsi di specializzazione in Italia e all'estero. Ha sviluppato Osservatori di ricerca sul mondo del vino, sulla salute, sulla percezione del Made in Italy (<http://www.slideshare.net/gmicozzi/ricerca-made-in-italy-micozzi-2013-23056791>).

Gestisce un blog sul marketing (<http://officinamarketing.blogspot.it/>) e un blog sul vino (<http://winehaiku.blogspot.it/>). È autore di Marketing della cultura e del territorio edito con Franco Angeli e di Scenari Competitivi e strategie collaborative di impresa edito con Clua. Si occupa di consulenza organizzativa, marketing, comunicazione e internazionalizzazione per molte imprese.



Giovanni Ciafrè, E' stato docente di Economia e Gestione delle imprese e Marketing presso l'Università degli studi di Teramo e successivamente docente di analisi finanziaria e piani aziendali presso l'Università Politecnica delle Marche. E' stato coautore insieme al Prof. Gian Luca Gregori del capitolo inerente alle decisioni sul prezzo del testo Marketing per il governo d'impresa del Prof. Aldo Burresi. I temi che ha approfondito durante i primi 25 anni di attività hanno riguardato il marketing strategico e la finanza d'impresa. E' attualmente direttore Marketing Strategico della Renner Italia Spa.