



MASTER MASM

**SALES MANAGEMENT DEL SETTORE FARMACEUTICO:
AREA SALES MANAGER (AM) E GESTIONE DEGLI ACCOUNT OSPEDALIERI**

 **Primo Master Qualificato in Italia da ACS per la figura dell'Area Sales Manager Pharma**

EDIZIONE 2024

Master online Formula Weekend - Full Interactive Session e-learning

MASTER MASM

**SALES MANAGEMENT DEL SETTORE FARMACEUTICO:
AREA SALES MANAGER (AM) E GESTIONE DEGLI ACCOUNT OSPEDALIERI**



CONTENUTI

CONTESTO FARMACEUTICO E PERCHÉ SONO NECESSARIE NUOVE COMPETENZE DI SALES MANAGEMENT	4
COMPETENZE SALES MANAGEMENT	7
OBIETTIVI E CARATTERISTICHE DEL MASTER IN SALES MANAGEMENT DEL SETTORE FARMACEUTICO: AREA SALES MANAGER (AM) E GESTIONE DEGLI ACCOUNT OSPEDALIERI	8
I DOCENTI MASM	10
PROGRAMMA DIDATTICO	12
TITOLI RILASCIATI	14
SPENDIBILITÀ DEL MASTER	15
TECNOLOGIA BLOCKCHAIN	16
MODALITÀ DI SVOLGIMENTO	17
CALENDARIO	18
MODALITÀ DI ISCRIZIONE	19
QUOTA DI PARTECIPAZIONE	19
MODALITÀ DI ISCRIZIONE AZIENDE	19

CONTESTO FARMACEUTICO E PERCHÉ SONO NECESSARIE NUOVE COMPETENZE DI SALES MANAGEMENT

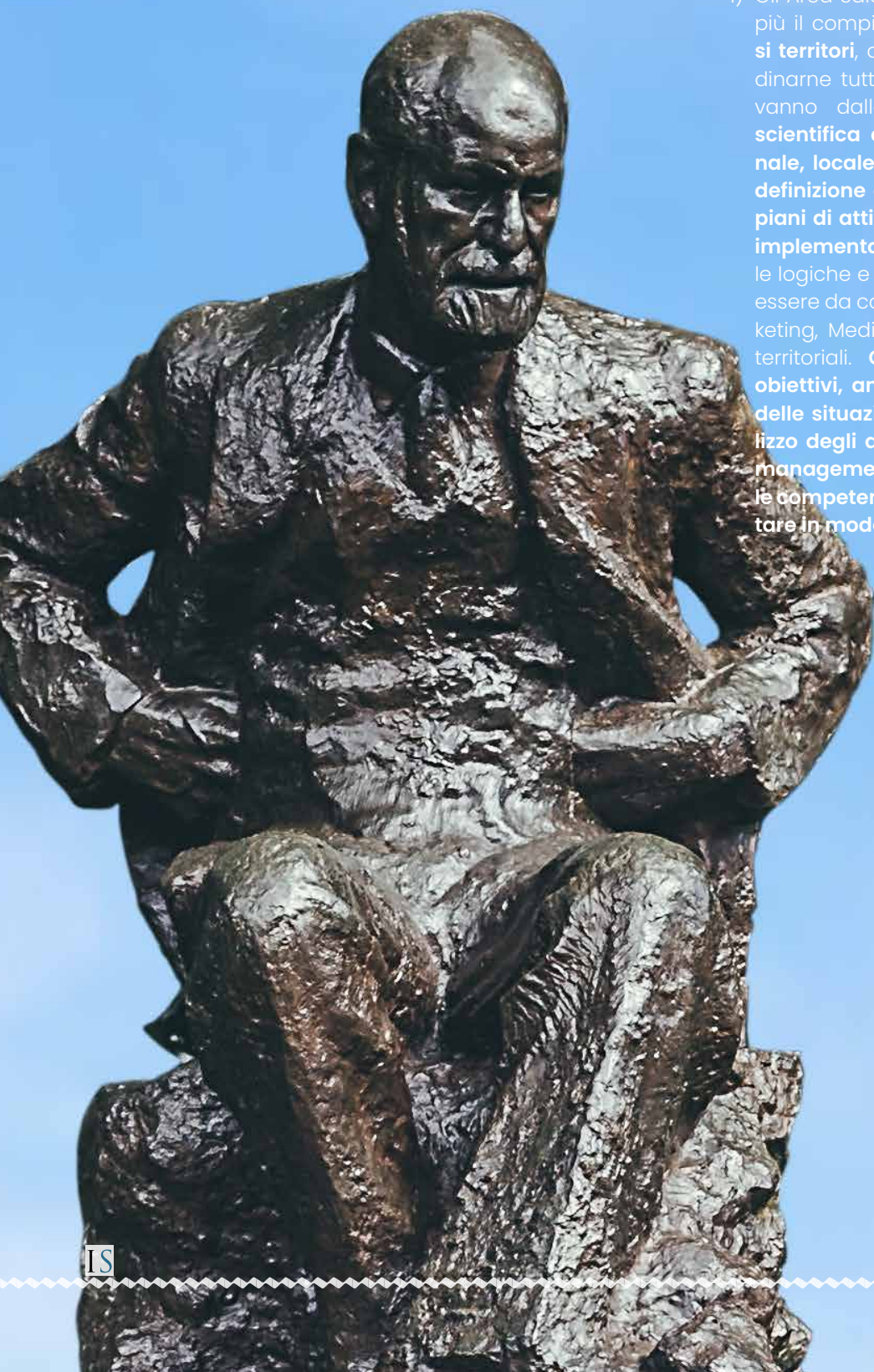
Storicamente il ruolo di responsabile sales territoriale e della rete di informatori scientifici di un territorio ha sempre avuto il Job Title di **Area Manager (AM)**. Le aziende oggi chiamano questo ruolo con Job Title diversi facendo riflettere la complessità, la diversità e la responsabilità crescente che questa figura professionale sta avendo in relazione al cambiamento di scenario del settore Pharma. Oggi per questo ruolo vengono infatti utilizzati alcuni dei seguenti Job Title: **Area Sales Manager, Area Business Manager, Regional Sales Manager, Account Business Manager** (per semplicità sarà utilizzato il Job Title Area Sales Manager nella seguente descrizione).

Il contesto farmaceutico sta vivendo una profonda rivoluzione dovuta **all'ondata di innovatività** che sta investendo il settore, causata dall'avvento delle nuove biotecnologie applicate e delle tecnologie digitali. Nuovi farmaci specialistici e nuove tecnologie biotech saranno sempre di più la priorità delle aziende farmaceutiche, **che in questo contesto ha la sfida di cambiare radicalmente l'approccio al mercato**. I farmaci biologici (anticorpi e peptidi) rappresentano già oggi i farmaci prioritari nel portfolio delle più importanti aziende Farmaceutiche e nel prossimo decennio il settore si trasformerà

ulteriormente grazie all'avvento stabile della **terapia genica, delle tecniche di riprogrammazione cellulare (CAR-T), dell'Editing Genomico e del silenziamento genico (RNA-i)**. Anche **l'ingegneria tissutale e le tecniche di bio-printing** impatteranno in modo importante il settore nel prossimo futuro. L'innovazione nel settore farmaceutico continuerà ad essere legata alla **capacità di ricerca e sviluppo di nuove terapie ad alto valore per lo più rivolte ad una piccola quota della popolazione** ma in grado di rispondere a necessità di cura elevate di **specifiche patologie o manifestazioni particolari di una specifica patologia**. Si assisterà quindi ad una **concentrazione del business in aree puramente specialistiche** con prodotti ad alto valore economico, alto potere terapeutico per un basso volume di pazienti potenziali. Le aziende si concentreranno esclusivamente in area specialistica ed in particolare in **Oncologia, Immunologia, Vaccini e le malattie Rare e su alcuni segmenti delle patologie croniche**, aree che stanno vivendo e vivranno sempre più un prossimo futuro ricco di nuovi lanci e di una ancor più rilevante concentrazione di investimenti e necessità di nuove persone e professionisti di ultima generazione con le nuove competenze.

In questo contesto le **organizzazioni territoriali di Sales** saranno sempre di più organizzate in team composti da un minor numero di persone, alle quali saranno richieste un maggior numero di competenze, scientifiche e manageriali, per gestire tutte le dinamiche della **“vendita complessa”** di prodotti farmaceutici ad alto valore, conoscendo e gestendo tutto il processo che porta all’adozione del prodotto, come anche l’interfaccia con diversi stakeholders che hanno ruoli differenti in questa filiera. Gli **Area Sales Manager** si trasformeranno sempre più da gestori di persone (gli Informatori Scientifici) **“People Manager”**, a gestori di un business territoriale, **“Business Manager”** diventando il **responsabile aziendale di un distretto territoriale per una o più aree terapeutiche o di prodotti di indicazioni di specifica competenza**, con la responsabilità del coordinamento e dello sviluppo dell’intero business territoriale e dello sviluppo (e non gestione) delle proprie persone (Specialty Product Specialist). Agli Area Sales Manager di settore saranno quindi sempre più richieste quattro aree di competenze fondamentali che dovranno essere sviluppate o perfezionate per diventare o rimanere professionisti competitivi in questo settore: **1) Business Management, 2) Leadership Cross-funzionale, 3) Competenza Scientifica, 4) Coaching and People Development**





- 1) Gli Area Sales Manager avranno sempre di più il compito di gestire **ampi e complessi territori**, assicurando di curarne e coordinarne tutti gli aspetti di **"Business"**, che vanno dalla **gestione dell'informazione scientifica complessa, all'accesso regionale, locale e di account ospedalieri, alla definizione delle priorità, realizzazione dei piani di attività e al loro coordinamento e implementazione**, nonché di comprendere le logiche e le dinamiche intra-aziendali ed essere da collettore tra i team di sede (Marketing, Medica e Market Access) e i team territoriali. **Capacità di definizione degli obiettivi, analisi complessa dei territori e delle situazioni e la comprensione e l'utilizzo degli approcci strutturati di account management diventeranno sempre di più le competenze di base richieste per affrontare in modo efficace questo ruolo.**

SALES MANAGEMENT

2) Gli Area Sales Manager avranno sempre di più il compito di **coordinare team cross-funzionali complessi** e quindi non più di coordinare solo le proprie persone (Specialty Product Manager), ma anche tutte le figure professionali cross-funzionali degli altri dipartimenti che, ognuno con la sua competenza, dovranno collaborare insieme nell'unità territoriale per il raggiungimento di obiettivi comuni (Product Specialist, Medical Scientific Liason, Key Account Manager, Public Affair Manager). La capacità di **Leadership Cross-funzionale, la conoscenza delle logiche di Project Management e Problem Solving e soprattutto un approccio strutturato alla definizione delle priorità e alla presa di decisioni**, saranno sempre più richieste in questo ruolo.

3) Gli Area Sales Manager dovranno incrementare la **competenza scientifica e biotecnologica per comprendere come migliorare il trasferimento del valore delle nuove tecnologie agli interlocutori**, in un mercato che potrebbe non comprenderne il reale valore e sempre più concentrato sulla sostenibilità economica e di risparmio. L'innalzamento di questa conoscenza sarà fondamentale per comprendere come guidare i team cross-funzionali su quali priorità di contenuto concentrarsi nelle diverse situazioni (ordinarie e di contingenza), per **assicurare una corretta, pertinente ed efficace informazione a tutti gli interlocutori**.

4) Gli Area Sales Manager dovranno essere sempre di più efficaci nel **garantire lo sviluppo professionale e di carriera dei propri collaboratori** per assicurare all'organizzazione l'evoluzione delle competenze in linea con i rapidi cambiamenti di contesto e tecnologici. Questo permetterà all'organizzazione di sviluppare e assicurarsi che i manager di domani siano pronti e competenti sia nell'area delle competenze "hard" che "soft". Questa responsabilità si estende in modo indiretto anche ai membri dei team cross-funzionali ai quali dovrà infondere **metodiche e standard di lavoro sempre più innovative ed efficaci** per lo sviluppo dell'intero team cross-funzionale.

Nel settore farmaceutico oggi, e sempre di più domani, saranno quindi necessarie **nuove competenze e un cambio generazionale e di mentalità per far fronte all'"ondata di innovatività"** causata da una vera e propria rivoluzione del settore. **Di conseguenza i professionisti di Sales di questo settore dovranno evolvere nella mentalità e nelle competenze**, in linea con l'avanzamento repentino dell'innovazione. **Questo profondo cambiamento apre grandi opportunità professionali per i professionisti della nuova generazione che vogliono svilupparsi verso la gestione delle Sales in ambito Pharma.**

CARATTERISTICHE E DESTINATARI DEL MASTER

SALES MANAGEMENT DEL SETTORE FARMACEUTICO: AREA SALES MANAGER (AM) E GESTIONE DEGLI ACCOUNT OSPEDALIERI

Il Master **MASM** è il **primo e unico** percorso formativo **EXECUTIVE IN SALES MANAGEMENT DEL SETTORE FARMACEUTICO DEDICATO A PROFESSIONISTI DEL SETTORE PHARMA** che vogliono svilupparsi verso il ruolo di **AREA SALES MANAGER**.

Il Master è destinato a laureati professionisti, attualmente impiegati nel settore farmaceutico e con esperienza maturata nei seguenti ruoli e che intendono perseguire uno sviluppo della loro professione verso il ruolo di AREA SALES MANAGER e/o incrementare le loro competenze di Sales Management di settore farmaceutico.

il master, previo superamento della selezione, è destinato a:

1. **Informatore Scientifico del Farmaco / Product Specialist**
2. **Professionisti del settore farmaceutico** di altri dipartimenti di sede, in particolare Marketing e Market Access
3. **Professionisti del settore farmaceutico di territorio** (es KAM, RAM)
4. **Ex-partecipanti del master MAMS** con esperienza in Informazione Scientifica del Farmaco

Inoltre, sono prese in considerazione candidature di:

5. Area Sales Manager provenienti da altri settori dell'Health che vogliono svilupparsi verso il settore Pharma
6. Profili professionali che hanno esigenze specifiche di formazione se in linea con gli obiettivi del Master MASM.

I contenuti del Master si concentrano su **tematiche e aree prioritarie** oggi e nel prossimo decennio, con un focus sull'applicazione delle **leve manageriali e Sales con particolare attenzione alla Specialty Care**. Nel programma è dato spazio specifico per lo studio e la conoscenza dei principali **segmenti di mercato e tecnologie specialty care, dinamiche di accesso al mercato, logiche di account management e di gestione di account complessi, tecniche di commercial excellence, gestione dei team e le metodiche di coaching**. Il programma è stato ideato per permettere ai partecipanti di incrementare la propria professionalità e le proprie possibilità di sviluppo di carriera.

Il Programma è costituito da **n.10 moduli formativi, un "Sales Business Game"** e un **"test finale"** di certificazione delle competenze. Il programma prevede un totale di **104 ore** di formazione.



SALES MANAGEMENT



sales

Obiettivi formativi del Master sono di trasferire ai partecipanti i seguenti elementi principali:



CONOSCENZA

Di mercato e delle dinamiche di business dell'area specialty care del settore Pharma e delle principali biotecnologie farmaceutiche di ultima generazione



COMPETENZA

Di accesso al mercato di farmaci specialty, delle dinamiche di organizzazione sanitaria, dei flussi distributivi e delle gare d'appalto, di etica e compliance di settore.



CONOSCENZA

Delle metodiche di commercial excellence: Business Management, Analisi Strategica, Hospital Account Management, Selling Model, Informazione Scientifica Specialty



SVILUPPO MANAGERIALE

Nelle aree soft della Leadership Cross-funzionale, gestione, coaching e sviluppo dei collaboratori, della comunicazione efficace e della negoziazione



I DOCENTI MASM

I docenti del Master MASM sono tutti dirigenti o manager di settore prevalentemente in ambito Sales & Marketing, come anche negli ambiti Commercial Excellence, Medical Affair, Government Affairs, Market Access ed HR di primarie aziende farmaceutiche che portano in aula la loro diretta esperienza, conoscenza e competenza professionale. Tutti i docenti svolgono attività di formazione manageriale da diversi anni con eccellenti performance formative. In aggiunta, **interverranno durante le lezioni altre aziende partners**, con esperti di settore, per approfondire tematiche particolari. Le lezioni sono affrontate dai docenti considerando l'esperienza dei partecipanti in aula, impostando un aperto confronto con i docenti e tra i partecipanti e sfruttando **case study, esercitazioni e role play** per apprendere efficacemente.

L'apporto di un **corpo docente elevatamente qualificato, costituito da professionisti di settore garantisce** di raggiungere un grado di competenze estremamente di elevato livello e pratiche. Questo aspetto è diventato un elemento di riconoscibilità nel mercato del lavoro che costituisce un tratto distintivo di sicuro valore.

La direzione del Master propone in aggiunta ulteriori strumenti per facilitare un **network integrato e duraturo tra l'Istituto, i docenti e i partecipanti**, utile per lo sviluppo professionale e delle carriere, dopo il percorso formativo.

DOCENTI

Dott. Michele Barletta

Head of Franchise
Cardiovascular Sanofi



Dott.ssa Maria Chiara Pignoloni

HR Consultant



Dott. Nicolandrea Menichini

Corporate & EMEA Talent
Acquisition Services Manager



Dott Alessandro Mion

Marketing Director
at Bristol-Myers Squibb



Dott. Alessio Colaizzi

Europe & Canada Oncology
Market Access and Pricing
Director, Astra Zeneca



Dott. Andrea Rizzi

Medical Head Italy
Sanofi



Dott.ssa Angela Esposito

Global Regulatory Affairs
Policy & Strategy Head
Angelini Pharma S.p.A.



Dr. Pierpaolo Pietrini

Marketing Lead
presso AstraZeneca



Dr. Fortunato Poli

National Account Excellence
Lead
presso GSK



Dr. Danilo Digennaro

Head of Legal Italy Advanced
Accelerator Applications.
Group Data Privacy
Coordinator Italy, Novartis



Dott. Bruno Belvedere

Co-Owner at Trim E-Learning



Avv. Nicola Sperotto

Tender specialist – Lawyer
specialised in public
procurement



PROGRAMMA DIDATTICO

MODULO	ARGOMENTO
LEADERSHIP CROSS FUNZIONALE E IL MERCATO FARMACEUTICO	<ul style="list-style-type: none">• LEADERSHIP CROSS FUNZIONALE E IL RUOLO DEL SALES MANAGER• KEY TRENDS DEL MERCATO FARMACEUTICO ITALIANO• ORGANIZZAZIONE E DINAMICHE DEL MERCATO FARMACEUTICO OSPEDALIERO E RETAIL• ANALISI DEI PRINCIPALI SEGMENTI DI MERCATO
TERAPIE SPECIALTY E BIOTECH	<ul style="list-style-type: none">• SVILUPPO CLINICO NEL PHARMA• STUDI CLINICI TIPOLOGIE E CONDUZIONE• TERAPIE BIOTECH E ADVANCED THERAPIES
ACCESSO AL FARMACO NELLE REGIONI E NEGLI ACCOUNTS	<ul style="list-style-type: none">• LA REGIONALIZZAZIONE DELLA SANITÀ• POLITICHE ECONOMICO-SANITARIE DELLE REGIONI• LE FIGURE COINVOLTE NELL'ACCESSO DEL FARMACO E STAKEHOLDER INTERACTION
FLUSSI DISTRIBUTIVI, GARE E APPALTI	<ul style="list-style-type: none">• DISTRIBUZIONE DEL FARMACO• APPALTI• GARE OSPEDALIERE
ETICA E COMPLIANCE	<ul style="list-style-type: none">• LEGGE 231• CODICE DI FARMINDUSTRIA• SPONSORIZZAZIONI, DONAZIONI E COLLABORAZIONI• EARLY ACCESS PROGRAM
COMMERCIAL EXCELLENCE	<ul style="list-style-type: none">• ANALISI E GESTIONE DEL TERRITORIO PER PRIORITÀ' DI BUSINESS• DISEGNO DELLE STRUTTURE TERRITORIALI E ORGANIZZAZIONE DEL TEAM• DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI COMMERCIALI, KPI QUALITATIVI E PIANO INCENTIVI• SEGMENTATION & TARGETING• ANALISI DELLE VENDITE, INDICI DI PERFORMANCE E MONITORAGGIO DELLE ATTIVITÀ'

MODULO	ARGOMENTO
ANALISI STRATEGICA E DEFINIZIONE DI UN AREA PLAN	<ul style="list-style-type: none"> FONDAMENTI DI ANALISI STRATEGICA E STRUTTURA DEL BRAND PLAN DAL BRAND PLAN NAZIONALE ALL'AREA PLAN
ACCOUNT MANAGEMENT: GESTIONE STRATEGICA DEGLI ACCOUNT OSPEDALIERI	<ul style="list-style-type: none"> ACCOUNT MAPPING: FONDAMENTI DI ACCOUNT MANAGEMENT E ANALISI DELLE DINAMICHE DELL'ACCOUNT OSPEDALIERO ACCOUNT STRATEGY: DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA PER L'ACCOUNT OSPEDALIERO ACCOUNT PLANNING: DEFINIZIONE DEL PIANO D'AZIONE PER L'ACCOUNT OSPEDALIERO
TECNICHE DI INFORMAZIONE SCIENTIFICA ASSERTIVA	<ul style="list-style-type: none"> SELLING MODEL STRATEGIE COMUNICAZIONALI TECNICHE DI INFORMAZIONE SCIENTIFICA ASSERTIVA TRASFERIRE E IMPLEMENTARE LA STRATEGIA COMUNICAZIONALE AI COLLABORATOR
GESTIONE DELLE RIUNIONI E PRESENTATION SKILLS	<ul style="list-style-type: none"> PREPARARE UNA RIUNIONE CONDUZIONE DELLE RIUNIONI PRODUTTIVE ACTION E MONITORAGGIO NEL TEMPO PRESENTARE IN MODO EFFICACE
GESTIONE DEI COLLABORATORI	<ul style="list-style-type: none"> STILI MANAGERIALI E GESTIONE DI UN TEAM DI SALES LA MOTIVAZIONE DEI COLLABORATORI SELEZIONE DEI COLLABORATORI COACHING E FEEDBACK
	<ul style="list-style-type: none"> DEFINIZIONE E ATTRIBUZIONE DEGLI OBIETTIVI ANNUALI DEFINIZIONE DEL PIANO DI SVILUPPO COLLOQUIO PERIODICO CON I COLLABORATORI E GESTIONE DEI CONFLITTI AFFIANCAMENTO DEI COLLABORATORI VALUTAZIONE E DISCUSSIONE DELLA PERFORMANCE
BUSINESS GAME	<ul style="list-style-type: none"> SALES BUSINESS GAME

All'esito del conseguimento del monte ore minimo del 80% e al superamento della prova d'esame finale, per i partecipanti in regola con la posizione amministrativa, verrà rilasciato (in doppia lingua italiano/inglese) il:

Diploma di Master di Alta Formazione Manageriale in Sales Manager del Settore Farmaceutico: Area Sales Manager (AM) e Gestione degli Account Ospedalieri



Tale diploma costituisce, ad oggi, un'esclusiva qualifica curriculare di settore in ambito Farmaceutico.

Il Master Executive MASM, infatti, è il Primo e Unico in Italia riconosciuto da **ACS Italia, Organismo di Certificazione delle competenze delle persone**, che consente di:

- Effettuare l'iscrizione al **Registro Nazionale degli "Area Sales Manager Pharma"**;
- Accedere alla valutazione della prestigiosa certificazione delle competenze come Area Sales Manager Pharma, soddisfacendo per intero il requisito formativo richiesto senza necessità di svolgere ulteriori esami in quanto l'esame svolto al fine del master viene convalidato da parte dell'Organismo di Certificazione.

Il Master di Alta Formazione MASM® in Sales Management del Settore Farmaceutico: Area Sales Manager e Gestione degli Account Ospedalieri 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, il diploma è rilasciato da **ISTUM** in qualità di azienda **certificata ISO 9001:2015** (Sistema di gestione per la Qualità) e **ISO 21001:2019** (Sistema di gestione per le organizzazioni di istruzione e formazione) **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".

La qualifica esclusiva del Master da parte di ACS Italia, infine, conferisce al percorso di studi una connotazione apicale nel panorama della formazione specialistica **per coloro che ambiscono a svilupparsi verso il ruolo di Area Sales Manager.**



TECNOLOGIA BLOCKCHAIN

ISTUM
ISTITUTO DI STUDI
DI MANAGEMENT

PROPRIETARIA DI ISTUM

LA MODALITÀ PIÙ INNOVATIVA, CONCRETA E SICURA PER ATTESTARE IN MODO INCONTESTABILE LA FREQUENZA DI UN MASTER EXECUTIVE È LA CERTIFICAZIONE DEI TITOLI CONSEGUITI ATTRAVERSO TECNOLOGIA BLOCKCHAIN

Grazie all'immutabilità garantita dalla blockchain, gli studenti possono avere fiducia nella validità e nell'integrità delle loro credenziali e dei loro risultati di apprendimento

L'intero percorso formativo è collegato con la blockchain proprietaria di ISTUM che consente di:



Ottenere la convalida immediata degli attestati e del diploma di Master;



Ottenere trasparenza senza compromessi: la blockchain consente di tenere traccia dei progressi formativi e di condividere i propri attestati in tutto il mondo;



Proteggere i diritti degli studenti garantendo il pieno controllo dei propri dati e la privacy;



Beneficiare di visibilità immediata e possibilità di condivisione e visualizzazione a livello «internazionale» degli attestati per favorire le opportunità di convalida delle competenze acquisite tracciate in modo immutabile nella blockchain.

L'attestato e/o il diploma viene generato dalla Blockchain che, tramite un processo di convalida, verifica il monte ore di partecipazione, la faculty del master e i risultati delle prove d'esame.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO

Il Master MASTER MASM in SALES MANAGEMENT DEL SETTORE FARMACEUTICO AREA SALES MANAGER (AM) E GESTIONE DEGLI ACCOUNT OSPEDALIERI 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 DEL MASTER



104 ORE

IN FULL INTERACTIVE SESSION LEARNING

**24 SESSIONI
DA 4 ORE**

**2 SESSIONI
DI 4 ORE
DEDICATE AL
PROJECT WORK**

**SESSIONE
AGGIUNTIVA PER
L'ESAME FINALE**

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 26 sessioni online da 4 ore ciascuna + esame finale



novembre 2024: 23; 24; 30.

dicembre 2024: 01; 14; 15.

gennaio 2025: 11; 12; 18; 19.

febbraio 2025: 01; 02; 08; 09; 22; 23.

marzo 2025: 01; 02; 15; 16; 22; 23.

aprile 2025: 05; 06; 12; 13.

Esame Finale: 26 aprile 2025.



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](https://www.istum.it/download/modulo-recesso-tipo.pdf)].

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

La quota di partecipazione al Master di alta formazione in Sales Management del Settore Farmaceutico: Area Sales Manager (AM) e Gestione degli Account Ospedalieri di ISTUM PHARMA è pari a **€ 3.800,00 oltre iva (totale € 4.636,00)**

Tale quota comprende la partecipazione a tutte le giornate didattiche del master e il materiale didattico in formato digitale.

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>.

I **Master Executive di ISTUM Pharma** possono essere finanziati utilizzando: Voucher Edenred Italia, Fondimpresa, Aon, Fondir, Fon.Coop.



ISTUM
PHARMA



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, affari regolatori, quality assurance e project management.



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 che rappresenta l'unico riferimento valido.

ISTUM PHARMA SRL

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

Informazioni

055 0354148