

LA FARMACIA PASSATO, PRESENTE E FUTURO

PROVIDER	N.EVENTO	COSTO	VALIDITÀ	NR. CREDITI	TIPOLOGIA
Unione Tecnica Italiana Farmacisti ID 145	343526 ED.1	Gratuito per gli associati; 30 € per i non associati.	07/03/2022 al 31/12/2022	22	FAD

ABSTRACT DEL CORSO

L'evoluzione del sistema sociale e culturale rispetto ai concetti di salute e benessere, hanno imposto una serie di cambiamenti al Farmacista ed alla Farmacia, portando il modello distributivo da un sistema "Farmacocentrico ad un sistema di Mercato". Il modello Farmacentrico ha in sostanza portato la Farmacia a costruire le attività sulla base del Farmaco etico: stare bene significava assenza di malattia/patologia, quindi terapia farmacologica, concentrando il ruolo del Farmacista alla compliance del Farmaco, con poca attenzione alle diverse aree di sviluppo prodotto e quindi reddito, della Farmacia. La professionalità del Farmacista come punto di riferimento del Paziente e come fulcro della crescita economica del canale. Il modello di Mercato cambia completamente l'ottica del modello di servizio della Farmacia: non più il farmaco come riferimento primario della proposta e della consulenza, ma il cliente al centro, con la manifestazione di bisogni, con l'ampliamento dell'offerta, con la specializzazione, con il miglioramento di competenze e di composizione dell'offerta. La Farmacia come IMPRESA, dove gli elementi come il prodotto, il personale, la comunicazione, gli investimenti, diventano fattori di successo sia professionale che economico. In questo contesto il Farmacista rafforza il suo ruolo e la sua professionalità: oggi svolge un ruolo di consulente globale per la salute e per il benessere delle persone, ma questo ruolo implica capacità e competenze che devono essere costruite e approfondite unitamente ad un mercato che si evolve in continuazione. Ma la Farmacia diventa di fatto una IMPRESA, così come lo sono altri modelli della distribuzione nei diversi settori merceologici: un'impresa che deve essere capace di conoscere le abitudini dei consumatori, le caratteristiche dei prodotti, gli strumenti che fidelizzano la clientela e quelli che attirano clientela nuova. Tutto questo supportato da un elemento unico: la professionalità e la competenza del Farmacista.

DESTINATARI

Professione: Farmacista

Disciplina: Farmacia territoriale e Farmacia ospedaliera

OBIETTIVO ECM DI SISTEMA

13 - Metodologia e tecniche di comunicazione, anche in relazione allo sviluppo dei programmi nazionali e regionali di prevenzione primaria

RESPONSABILI SCIENTIFICI

- **Prof. Roberto Romagnoli**

Professore a contratto dell'Università di Bologna presso il Dipartimento di Scienze per la Qualità della Vita, Dipartimento di Farmacia e Biotecnologie;
Senior Partner presso MKTG Consulting s.a.s.

- **Dr. Eugenio Leopardi**

Farmacista ;

Presidente UTIFAR

DOCENTI

- **Prof. Roberto Romagnoli**

- **Dr. Mattia Metalli**

Farmacista ;

Docente presso il Master "Nutraceutici, fitoterapici ed integratori alimentari" dell'Università di Bologna

PROGRAMMA DEL CORSO

LA FARMACIA PASSATO, PRESENTE E FUTURO

Lezione 1

Canali distributivi a confronto - salute e benessere

Lezione 2

Il servizio post vendita in Farmacia

Lezione 3

Il trade marketing in Farmacia

Lezione 4

Le regole del comportamento di acquisto dei consumatori

Lezione 5

Il ruolo del packaging nel posizionamento dei prodotti

Lezione 6

Comunicazione e vendita in Farmacia

Lezione 7

Nutraceutica e benessere - il consiglio del Farmacista

Lezione 8

Antiossidanti, salute e benessere

Lezione 9

Integratori FITOTERAPICI coadiuvanti nei processi di invecchiamento

Lezione 10

Alimentazione fini speciali

Lezione 11

Le caratteristiche dei prodotti

Lezione 12

La pubblicità ingannevole sui prodotti per la salute ed il benessere