

## Informazioni Tecniche

### Frequenza e modalità formative

Le lezioni frontali del Master consentiranno ai professionisti sanitari l'acquisizione 50 crediti ECM. Tale acquisizione è vincolata alla frequenza del 100% delle lezioni in aula.

### Durata

La durata del Master è di 210 ore così ripartite:

**Attività didattica frontale (RES)** 110 ore

**Attività didattica in distance (FAD)** 100 ore

Al fine di agevolare gli studenti provenienti da altre sedi, le attività didattiche sono suddivise in lezioni online dove, lo studente con specifica password fornita dalla segreteria potrà accedere alla piattaforma e seguire le video-lezioni. Le attività didattiche in aula saranno svolte, a settimane alterne e il Calendario didattico sarà pubblicato entro 20 giorni dall'inizio del Corso.

### Costo di iscrizione

La quota di iscrizione al Master è di € 2.900,00. La quota di iscrizione al Master è di € 1.900,00 per i convenzionati con AV Eventi e Formazione, associati SPIF, dipendenti Centro di Fisioterapia Valente (Le), associati ATC® (Associazione Approccio Terapeutico Combinato), dipendenti Istituto di Riabilitazione "S. Stefano" Porto Poten-

za Picena (Mc), associati Rete Emergenze Onlus . La quota di iscrizione è pagabile in tre rate così ripartite: la prima all'atto dell'iscrizione; la seconda entro due mesi dall'inizio delle attività didattiche; la terza entro quattro mesi dall'inizio delle attività didattiche.

*L'art.15, comma 1, lettera e) del TUIR prevede una detrazione d'imposta del 19% della spesa sostenuta e documentata. Con la recente Risoluzione del 17-2-2010, n.11/E, l'Agenzia delle entrate ha precisato che la detrazione è applicabile anche in relazione alle spese sostenute per la frequenza di Master che per durata e struttura dell'insegnamento siano assimilabili a corsi universitari o di specializzazione e sempre che siano gestiti da istituti universitari, pubblici o privati (Circolare 19.05.2000, n. 101/E paragrafo 8.2).*

### Avvio delle lezioni

La partenza del Master è prevista per 22 Maggio 2015 previo raggiungimento minimo di 20 studenti.

### Sede

Il Master si svolgerà presso la sede di Trani della LUM School of Management, S.P. Andria - Trani (BT) Km 1.500

### Recapiti e indirizzi utili

☎ 080/6978236 - 080/6978264

📄 080/4577950

✉ postgraduate@lum.it

artimedia



SCHOOL OF MANAGEMENT  
UNIVERSITÀ LUM JEAN MONNET

### Direzione Amministrativa

Strada Statale 100, Km 18 | 70010 Casamassima (Ba) - Italia

### Direzione

S.P. Andria - Trani Km 1.500 | 76125 Trani (Bt) - Italia

[management.lum.it](http://management.lum.it)



SCHOOL OF MANAGEMENT  
UNIVERSITÀ LUM JEAN MONNET



Master Executive

A.A. 2015 – 2016

# SANITÀ 2.0

Marketing, Management  
e Comunicazione in Sanità

ASFOR  
SOCIO ORDINARIO

MEDIC@LIVE  
Magazine

AV

the next step  
[management.lum.it](http://management.lum.it)

Master Executive

A.A. 2015 – 2016

# SANITÀ 2.0

Marketing, Management  
e Comunicazione in Sanità

## Obiettivi e finalità del corso

Il Master è finalizzato all'acquisizione di capacità di progettazione, organizzazione e gestione dei servizi del "mercato" sanitario; di direzione strategica, sviluppo e lancio di una nuova sede sanitaria o di nuovi servizi per la salute, anche attraverso Internet, che al momento rappresentano uno dei più importanti fenomeni socio-culturali ed economici di tutti i tempi.

Alla fine del Master il candidato possiederà avanzate capacità di comunicazione e intera-

zione nei confronti dei molteplici interlocutori del mondo scientifico-sanitario e avrà gli strumenti e le tecniche per gestire una campagna di comunicazione e marketing dal piccolo studio professionale alla grande struttura sanitaria o socio-sanitaria.

## A chi è rivolto

Il Master è destinato a tutti coloro che svolgono la propria attività, o intendono farlo, nel sistema della salute, che esercitano in ambito ammi-

nistrativo, clinico/sanitario, tecnologico, in istituzioni e organizzazioni pubbliche o private, che collaborano o gestiscono una propria struttura (casa di cura, farmacia, laboratorio di analisi, centro riabilitazione, centro diagnostico radiologico, poliambulatorio, studio professionale), che erogano prestazioni sanitarie o forniscono prodotti e servizi che facciano parte del sistema della salute; ai giovani laureati che intendono esercitare funzioni di pianificazione, gestione e consulenza a persone, organizzazioni ed istituzioni impegnate nel campo della comunicazione, del marketing sanitario e per la promozione della salute.

Possono partecipare al Master coloro che sono in possesso della Laurea in Medicina e Chirurgia, Psicologia, Sociologia, Farmacia, Giurisprudenza, Economia e Commercio, Scienze della Comunicazione, Scienze delle professioni sanitarie nelle aree Infermieristica, Preventiva, Riabilitativa e Tecnica.

Coloro che siano in possesso di altro titolo di studio conseguito all'estero, considerato equipollente ai sopramenzionati dalla normativa vigente.

## Struttura del programma

Il Master è composto da 5 moduli formativi:

### MODULO I

#### Contesto normativo

Nessi organizzativi tra aziende pubbliche e private; Elementi di diritto sanitario e responsabilità professionali; La tutela dei dati personali nella Sanità.

### MODULO II

#### Area sociologica

Psicologia sociale; Formazione delle risorse umane; La comunicazione con il paziente (effettivi e potenziali); L'identità del professionista sanitario e i new-media; Comunicazione pubblica e istituzionale; Linguaggi dell'audiovisivo; Creatività: brainstorming, mappe concettuali e altri ausili; Sociologia dei processi lavorativi; Sociologia: analisi della comunità, sociologia dell'ambiente e del territorio; Sociologia dei processi culturali e comunicativi, educazione alla salute.

### MODULO III

#### Contesto manageriale

Il Marketing e comunicazione delle aziende sanitarie; Comunicazione e tecniche di conduzione di

gruppo; L'Organizzazione delle Risorse Umane; La Lean Organisation; Elementi di Contabilità sanitaria; L'analisi del contesto, l'orientamento al mercato e le sue implicazioni; L'analisi del mercato: segmentazione, targeting e posizionamento, Il Marketing mix; La Qualità nel marketing sanitario e risk management; Pianificazione strategica nello sviluppo del business

### MODULO IV

#### Area comunicazione 2.0

Metodologia e analisi linguistica; La comunicazione persuasiva; Strategie Vincenti di Comunicazione e Marketing Online; Posizionamento; Visibilità - Content Marketing Community Building; Dialogo online; Fare Pubblicità Online: quali alternative funzionano? da Google AdWords a Facebook Advertising; La Formula di Sharewood; Pubblicità, Monetizzazione e Modelli di Business online.

### MODULO V

#### Area statistica

Demografia sociale (Indagini sociodemografiche in sanità sui comportamenti dei diversi contesti territoriali); Demografia (Tecniche e strumenti per la ricerca sociale e comunicativa); Geografia della comunicazione Statistica (Tecniche

statistiche per la misurazione della customer satisfaction); Ricerche di Mercato.

## Il corpo docenti

I docenti del Master provengono dalla LUM School of Management e da altre prestigiose Università nazionali. Ad essi si affiancano consulenti, professionisti e manager che operano nel mondo della sanità e sono scelti in quanto portatori di conoscenze ed esperienze innovative e altamente specialistiche.

## Direzione e coordinamento

### Direttore scientifico

**Prof. Angelo Rosa**

### Coordinatore scientifico

**Prof. Francesco Albergo**

**Dott.ssa Annamaria Venere**

## In collaborazione con:

