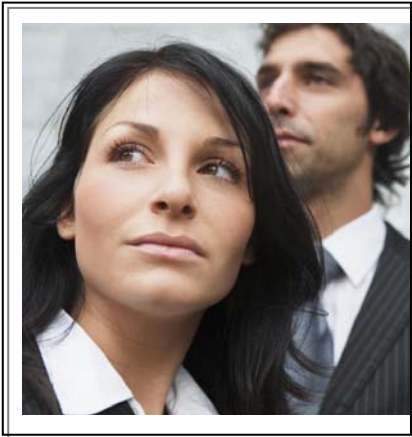


La PUBBLICITÀ dello studio ODONTOIATRICO

Presentazione del Corso:



Il Marketing deontologico permette, in ambito relazionale, di offrire ai pazienti una conoscenza sui servizi offerti, utilizzando professionalmente un sistema metodologico di gestione delle risorse e degli strumenti della comunicazione diretta ed indiretta, umane e tecnologiche. Con questo corso sarà possibile conoscere gli strumenti della comunicazione e le norme che li regolamentano, per migliorare il processo fisiologico a promozione di una gestione appropriata del cliente paziente, che ricerchi il consenso e la collaborazione della persona. Il Marketing deontologico declina i concetti della "capacità di farsi preferire" attraverso il significato di "fare squadra" ed il processo di aggregazione e costruzione dell'identità di gruppo (Referral Marketing), facilitando il processo di partecipazione attiva attraverso la determinazione di obiettivi professionali e personali.

Obiettivi:

- Possedere le conoscenze normative che caratterizzano le diverse azioni gestionali della comunicazione in generale.
- Acquisire nozioni per operare professionalmente nell'ambito dei servizi di marketing per la promozione dell'attività odontoiatrica.
- Sviluppare la motivazione come strumento di gestione efficace del paziente.
- Gestire i fattori che influenzano gli atteggiamenti dei pazienti sulla terapia e la spirale della fiducia anche nell'ottica giuridica.
- Migliorare mediante tecniche appropriate, le capacità di ascolto e di risposta supportiva e offrire momenti di orientamento nella presa di decisioni e quindi conoscere le tecniche per la motivazione all'alleanza relazionale operativa
- Conoscere gli strumenti del Marketing e la loro applicazione concreta ed efficace in odontoiatria (incluso dimostrazione di case report nazionali ed internazionali).
- Conoscere e gestire le tecniche per la gestione dei social group e delle attività di marketing sul Web.
- Le azioni di marketing personale e la comunicazione sui Media (radio, televisione giornali).

STRUMENTI: Ad ogni lezione saranno abbinati uno o più strumenti di gestione (fogli di calcolo, dispense).

Questo Corso fa parte dei programmi di eccellenza di Continuing Management Education ed è presente all'interno del programma del CPA 2010 – Corso Pratico di Management e Marketing in odontoiatria



www.arianto.it

Programma

(Prof. Pelliccia)

Obiettivi, strategie ed effetti del marketing e della pubblicità sanitaria.

- L'analisi della concorrenza e la tutela del consumatore.
- Dal controllo dei Costi diretti e indiretti all'Analisi della Pianificazione economica
- Personalizzare la comunicazione.

La comunicazione mass mediatica.

- La pianificazione strategica della comunicazione mass-mediatica.
- La conoscenza dei "tempi televisivi".
- La comunicazione scritta sui media.
- La comunicazione radiofonica.
- Le interviste sui media.
- Efficacia, costi, punti di forza e minacce della comunicazione televisiva ed editoriale.

Le pubbliche relazioni e le relazioni pubbliche.

- Il marketing deontologico ed i "mediatori".
- I comportamenti di comunicazione efficace.
- La situazione, l'ambiente ed il contesto. Come gestire l'environment.
- Le attività sulle riviste di settore
- You tube e Web TV
- Le Community, i Blog e le attività di marketing personale.
- Social Network, Facebook, LinkedIn, ... La scelta della comunicazione efficace.

Gli strumenti di Comunicazione Indiretta interni ed esterni allo studio.

- Il mercato ed il marketing, diversi approcci: studio monoprofessionale, studio associato e società sanitaria tra terzi paganti, fondi sanitari, network, strutture complesse e libera professione.

- Come attivare il paziente Divulgatore: i Referral Programs ed il Passaparola.

La relazione di fiducia come si genera e come si gestisce la "Brand Reputation".

- Il Valore Aggiunto e l'Avviamento.
- Le diverse esigenze dei pazienti per capire che oggi si deve "profilare il target".
- La leadership individuale. La leadership del gruppo. La leadership della sede.

(Avv. Stefanelli)

I contenuti della pubblicità. Cosa si può scrivere in una pubblicità sanitaria.

- Inquadramento normativo: dalla Legge 175 al decreto Bersani e le linee guida della FNOMCeO. La disciplina generale sulla pubblicità e sulle pratiche commerciali sleali: le applicazioni al settore sanitario. Esame della casistica: cosa si può e cosa non si deve mettere in una pubblicità (es. le offerte di prezzo, le garanzie, i testimonials...).

I mezzi: come si può diffondere la pubblicità sanitaria.

- Inquadramento della problematica. Esame dei mezzi: dai mezzi tradizionali all'uso delle nuove tecnologie. Le problematiche del Direct marketing.

Il contenzioso sulla pubblicità sanitaria.

- Il procedimento davanti all'Ordine, Il procedimento davanti all'Antitrust.

(Prof. Pelliccia ed Avv. Stefanelli)

Parte speciale del Corso:

Esempi e casi pratici affrontati dai relatori, "Case report" documentati, normative e autorevole bibliografia nazionale ed internazionale.



ANTONIO PELLICIA ✓
MARKETING MANAGEMENT ITALIA
CONSULENTE DI DIREZIONE PER LE STRATEGIE
DI IMPRESA E PER LA GESTIONE STRATEGICA
DELLE RISORSE UMANE

ARIANTO Srl
Publications

Iscrizioni:

La PUBBLICITÀ dello studio ODONTOIATRICO
(unica data – numero chiuso - **Milano 20 novembre 2010** – prenota subito)

“I Corsi di eccellenza CME – Continuing Management Education” si svolgono sia a Milano sia a Roma. La caratteristica infatti di questo programma, oltre ad essere costante nel tempo, è quella di rappresentare quasi una “consulenza” manageriale (economica e di marketing, organizzativa e comunicazionale) per lo studio dentistico. Questo corso è il livello più elevato di formazione extraclinica che siamo stati capaci di formulare in questi ultimi anni, anche per il gruppo di docenti che vi collabora, tutti specializzati verso l’odontoiatria.

Corso a numero chiuso.

Costo del corso: 350 € + iva. Possono essere ammessi partecipanti aggiuntivi al costo di 170,00 € + iva. indicando nella domanda di ammissione i nominativi. Le domande dovranno pervenire entro il 20 ottobre 2010. I dettagli sulla sede di svolgimento saranno forniti in seguito alla domanda di ammissione. La domanda di ammissione non è vincolante finché non verrà effettuato il pagamento.

Segreteria Organizzativa

Segreteria per iscrizioni: www.miagenda.it



Segreteria Scientifica

Informazioni sul programma scientifico: Arianto srl - Mail: info@arianto.it - telefono (24 ore call center lasciare messaggio) 02 4800 0053.



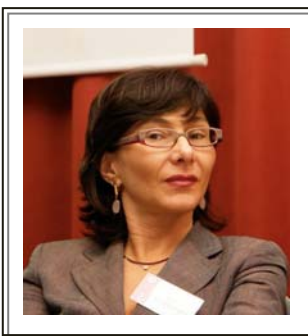
NO ECM - Sebbene negli anni scorsi il CPA avesse ottenuto ben 28 crediti ECM, la stessa Commissione ECM nel 2009 ha deliberato che non possano essere attribuiti crediti ai corsi di Marketing. Noi riteniamo di non voler “camuffare” il programma e preferiamo non rinunciare alla nostra trasparenza. Perdiamo i crediti ma avremo partecipanti motivati dal contenuto e consideriamo quindi che non saremo soggetti neanche al conflitto di interessi, quindi siamo lieti finalmente di poter fornire direttamente ed esclusivamente a TUTTI I PARTECIPANTI il materiale, gli strumenti didattici e le consulenze di gestione che dovessero emergere durante lo svolgimento del corso CPA 2010. Questo è un corso di Marketing e di gestione manageriale dell’attività libero professionale odontoiatrica e rappresenta l’eccellenza del Management, giunto alla sua ottava edizione arricchita con una giornata dedicata alla pubblicità sanitaria.

Relatori:



Antonio Pelliccia. Professore con contratto di docenza in Economia ed Organizzazione Aziendale – Università Cattolica del Sacro Cuore di Roma Agostino Gemelli corso di laurea in Odontoiatria e Protesi dentaria. Professore a contratto di Economia e Gestione Università Vita e Salute Ospedale S. Raffaele di Milano corso di laurea in Igiene Dentale. Economista e consulente di direzione per le strategie di impresa e per la gestione strategica delle risorse umane. Consulente e Manager di aziende dell'area farmaceutica: (Pfizer, Glaxo GSK, Sanofi Pasteur, Difa Cooper, Cantabria). Opinion leader formatore per il management sanitario nelle seguenti aree di riferimento: Odontoiatria, Pediatria, Dermatologia, Chirurgia estetica, Medicina Generale. Relatore e consulente per le seguenti Associazioni: FIMP (Federazione Italiana Medici Pediatri), ANDI (Associazione Nazionale Dentisti Italiani). Relatore e

già consulente per l'Ordine dei Medici e degli Odontoiatri (Direzione Nazionale Albo Odontoiatri e per diverse sezioni provinciali italiane). Già Economista per il Commissariato del Governo nella Regione Lombardia (Presidenza del Consiglio dei Ministri). Docente al corso di "Economia sanitaria per le libere professioni mediche" presso l'Università di Roma Tor Vergata, Facoltà di Economia e Commercio Istituto di Economia Aziendale Studi sull'Impresa. Docente presso il Master di secondo livello in Dermoplastica presso l'Università di Roma Tor Vergata facoltà di Medicina e Chirurgia. Docente di Marketing presso Continuing Management Education (CME). Già docente al Master Di Gestione della Professione Odontoiatrica presso l'Università di Brescia. Docente al Corso di Laser chirurgia presso l'Università di Firenze e presso l'Università di Parma. Docente al Corso di *Corso di Perfezionamento in "Odontologia Forense"* Dip. Anatomia, Istologia e Medicina Legale Università di Firenze. Direttore responsabile del periodico di gestione della professione medica "Mediamix". Autore di articoli di Economia Sanitaria per "Il Sole 24 Ore". Autore con più di 260 pubblicazioni di "economia e gestione sanitaria" sulle principali riviste specializzate dei settori di riferimento. Fondatore della Casa Editrice Arianto srl. (www.arianto.it). Componente del Board Scientifico della rivista di Cosmetologia Chirurgica "Kosmè" edita da UTET spa. Componente del Board Scientifico della rivista di Odontoiatria Generale "DentalClinic" edita da Formas srl. Componente del Board Scientifico della rivista di Odontoiatria "Dental Tribune" edita da Tueor srl. Ha in attivo più di 470 interventi in corsi e congressi di rilievo nazionale ed internazionale. Da sedici anni relatore nazionale e presente a numerosi corsi e congressi per numerose Associazioni di categoria nelle aree mediche di riferimento. Ha pubblicato più di 180 articoli di economia sanitaria nelle diverse branche mediche di riferimento. Consigliere di Amministrazione CIO (Congressi Italiani di Odontoiatria). Consulente nazionale ANDI (Associazione Nazionale Dentisti Italiani). Chairman per le produzioni televisive di salute in chiaro e su SKY per Antenna Tre e Telelombardia.



L'avv. Silvia Stefanelli è titolare di studio autonomo in Bologna. E' iscritta all'Ordine degli Avvocati del Foro di Bologna ed all'Albo dei Cassazionisti a Roma. Si è sempre occupata nel corso della sua attività professionale diritto sanitario, ed in particolare di sanità privata (ambulatori, responsabilità medica, pubblicità, dispositivi medici e contrattualistica collegata).

E' membro del Comitato scientifico dell'Associazione di Medici-Legali e Giuristi Melchiorre Gioia e ha rivestito il ruolo di Presidente della XV Sottocommissione Esami per Avvocato – Corte Appello Bologna 2007-2008.

E' altresì iscritta all'albo dei Pubblicisti dell'Ordine dei Giornalisti di Bologna. Collabora con numerose riviste di settore tra cui Il Sole 24 Ore – Sanità, Rassegna di Diritto Farmaceutico, TelexAnie.

Dall'anno 2010 è direttore responsabile della Rivista on line www.sapereconsumare.it Collabora con continuità alle riviste one-line www.ildentale.it, www.saluteediritto.it, www.teme.it

E' autore o coautore delle seguenti pubblicazioni: I DISPOSITIVI MEDICI", in " Le leggi dell'ospedale " Editore Piccin (2009), LA RESPONSABILITA' PROFESSIONALE IN ODONTOIATRIA: RIFLESSIONI GIURISPRUDENZIALI E CASISTICA RIS in Rivista Italiana di Stomatologia n. 1/2009; "Linee Guida per la Corretta pubblicità ai consumatori nel settore ottico Edizione Fabiano Group S.r.l. (2008); Dispositivi Medici e Assicurazione di Qualità" – Edizione Masson (1998); ha tradotto e adattato "Notice to applicans" distribuita su floppy-disk in allegato a "Panorama della Sanità – speciale farmaci n. 2" – febbraio 1996; La libera circolazione dei prodotti farmaceutici" – Collana l'Europa del Farmaco – Edizioni Cidas – 1996.

E' docente e relatrice in numerosi seminari e convegni in materia sanitaria