

Contenuti

- > **Misure ed analisi del mercato life science**
Modelli per analisi economiche, analisi di mercato, previsioni, studio delle fonti dati e delle geografie aziendali
- > **Modelli organizzativi per il Market Access**
- > **Caratteristiche e competenze della figura professionale**
- > **Health Economics**
- > **Peculiarità del settore, identificazione ed approccio degli interlocutori, mappa delle relazioni.**
- > **Integrazione delle conoscenze sulle aree più importanti per le funzioni di Market Access**
Elementi di farmacoeconomia e di regolatorio, nozioni di studi clinici, di programmi di ricerca per l'accesso al mercato, di organizzazione e finanziamento del SSN. Dinamiche e processi per superare le barriere d'accesso. Introduzione all'HTA

Costi

L'iscrizione al corso ha un costo di 1.500 euro

Frequenza

La frequenza al corso è di un giorno (8 ore) alla settimana per un totale di 72 ore. Le lezioni si svolgeranno di norma il lunedì. La frequenza del corso è obbligatoria. Per l'acquisizione dell'attestazione finale è richiesta la presenza per almeno il 75% delle ore previste.

Sede del corso presso il Dipartimento di Economia, Metodi Quantitativi e Strategie d'Impresa (DEMS)
Via Bicocca degli Arcimboldi, 8 - 20126 Milano

Informazioni e iscrizioni sul sito www.unimib.it

Direzione del corso

Prof. Paolo Mariani

Comitato di Coordinamento

Gianpiero Data

Prof. ssa Donata Marasini

Prof. Paolo Mariani

Prof.ssa Biancamaria Zavanella



UNIVERSITÀ DI MILANO-BICOCCA

**Corso di Perfezionamento
MARKET ACCESS IN LIFE SCIENCE**

www.b-asc.statistica.unimib.it
market.access@statistica.unimib.it

13 Aprile - 15 Giugno 2015

I docenti:

Caterina Agazzi

HR consultant

Riccardo Borgoni

Docente di Statistica
Università degli Studi di Milano-Bicocca

Giampiero Data

Senior consultant, GSO Company

Cinzia Di Novi

Docente di Economia
Università Ca' Foscari Venezia

Manuela Fiore

Senior digital consultant

Christian Garavaglia

Docente di Economia
Università degli Studi di Milano-Bicocca

Agostino Grignani

Presidente Winch

Paolo Mariani

Docente di Statistica Economica
Università degli Studi di Milano-Bicocca

Angela Paladino

Responsabile del Practice Life Sciences presso Trevisearch

Paola Parenti

Vice President Doxapharma

Matteo Pelagatti

Docente di Statistica Economica
Università degli Studi di Milano-Bicocca

Sono previste testimonianze

Premesse e finalità

Il mercato healthcare è in una fase di profondo cambiamento che ne ha aumentato la complessità, legata alla molteplicità di stakeholder, alla frammentazione del nostro sistema che impone diversi livelli di valutazione dei prodotti biofarmaceutici e anche alla crisi economico-finanziaria, che impone ai payer un'analisi ancora più rigorosa del valore reale dei prodotti biofarmaceutici.

Di conseguenza, le competenze richieste alle figure che operano nel market access diventano più ampie e più sofisticate, per essere in grado di definire ed attuare strategie ed approcci diversificati a seconda degli interlocutori per dimostrare efficacemente il valore terapeutico, economico e sociale dei prodotti

I professionisti del **Market Access**, pertanto, devono possedere maggiori competenze tecniche oltre a quelle relazionali, capacità di business development e project management, conoscenze di health economics e di pricing. Inoltre queste figure manageriali dovranno essere in grado di favorire l'integrazione ed il coordinamento tra le diverse funzioni aziendali, per lo sviluppo di strategie di accesso congiunte.

Il **Corso di perfezionamento in Market Access** si pone l'obiettivo di fornire a questi profili professionali una formazione di alto livello, attraverso un approccio teorico/pratico che abbraccia i capisaldi della materia: dai modelli di analisi economiche alle previsioni, dalla farmacoeconomia alle nozioni di regolatorio e di HTA, dal marketing agli studi clinici fino ai processi e alle dinamiche di accesso.

“Le diverse sessioni che compongono il Corso di Perfezionamento preparano ad un approccio integrato tra i diversi dipartimenti aziendali (il market access, la clinica, il regolatorio, il pricing, il marketing, la comunicazione, le vendite...) volto a supportare il prodotto o il portfolio nelle diverse fasi di vita e/o in momenti di cambiamento strutturali del contesto politico e regolatorio.”

Dott.ssa Francesca Pirastru

KAM Liaison in Roche

“A seguito dell'aumentata complessità del Sistema Sanitario Italiano, questo Corso mi ha fornito le nozioni base di ricerca clinica, marketing, farmacoeconomia, regolatorio per gestire in modo strategico le attività necessarie ad evidenziare il valore tecnico, economico e sociale dei prodotti, in un mercato che richiede sempre più la massimizzazione dei benefici a fronte della riduzione di risorse.

Inoltre il Corso mi ha dato anche la possibilità di conoscere altri professionisti del settore con i quali aver potuto scambiare esperienze ed opinioni. Un'esperienza assolutamente interessante”

Dott.ssa Alessandra Gagliardi

Project Manager & Advocacy
Bayer Pharma SpA