

Corso di Perfezionamento
MARKET ACCESS IN LIFE SCIENCE
Università di Milano-Bicocca

V Edizione

3 Aprile – 12 Giugno 2017



Programma didattico

Aula seminari economica

Il piano – ed. U7

Programma 3 aprile 2017 – giornata I

Ore 9.00 - 13.00

Introduzione al corso

Overview dei temi e presentazione collegio docenti

Introduzione al Market Access: le 4 P

Paolo Mariani

- Il Prodotto
- Le relazioni con il medico Prescrittore
- I rapporti con le istituzioni Payer
- L'orientamento al Paziente

Ore 14.00 - 18.00

Market Access management: nuovi ruoli professionali

Angela Paladino

- Concetto di Fit for Target
- Profili e ruoli target
- Ruoli e professioni nuove nel mondo dei Payers
- Nuovi *needs* di mercato. Ascolto della voce del cliente

Programma 10 aprile 2017 – giornata II

Ore 9.00 – 13.00

Market Access: strategie, dinamiche e processi

Gianpiero Data

- Le dinamiche evolutive del sistema salute ed i vincoli di accesso
- Market Access: definizione, ruolo e attori
- Registrazione dei farmaci, processo di P&R e gli accordi di risk sharing
- La sfida del valore: le diverse definizioni, la dimostrazione e la comunicazione del valore

Ore 14.00 - 18.00

Fondamenti di Statistica

Paolo Mariani

- Tipi di variabili
- Sintesi delle informazioni di una popolazione (grafici e indicatori)
- Modello parametrico
- Campionamento ripetuto
- Stima dei parametri
- Test di ipotesi statistiche

Programma 28 aprile 2017 – giornata III

Ore 09.00 – 13.00

Previsioni: metodi e applicazioni per il mercato farmaceutico

Paolo Mariani

- Introduzione al software R
 - Serie storiche e componenti (con applicazioni)
 - Stime di varie classi di modelli (con applicazioni)
 - Confronto e scelta del modello (con applicazioni)
-

Ore 14.00 – 18.00

La patient centricity.

Il Market Access a livello di territorio

Gianpiero Data

- Market Access o Patient Access? L'importanza della patient centricity
- I prontuari terapeutici, le commissioni e i processi di inserimento
- Stakeholder management: profilatura, mapping e engagement
- Le attività di Market Access sul territorio

Programma 8 maggio 2017 – giornata IV

Ore 09.00 – 13.00

Strutture di mercato ed interazione fra imprese

Christian Garavaglia

PRIMA PARTE: il mercato e la sua struttura.

- Fondamenti base di Microeconomia: funzione di domanda e funzione di produzione.
 - Elasticità della domanda al prezzo, elasticità incrociata.
 - Definizione di mercato rilevante.
 - Struttura di mercato, potere di mercato.
 - Forme di mercato: Monopolio, Oligopolio, Concorrenza Perfetta.
-

Ore 14.00 - 18.00

Strutture di mercato ed interazione fra imprese

Christian Garavaglia

SECONDA PARTE: struttura di mercato e strategie non di prezzo.

- Indici di concentrazione, indice di Lerner.
- Relazione tra struttura di mercato e potere di mercato.
- Determinanti della struttura di mercato.
- Strategie non di prezzo, elasticità della domanda rispetto alle spese pubblicitarie, differenziazione del prodotto.
- Dinamica ed evoluzione industriale.

Programma 15 maggio 2017 – giornata V

Ore 09.00 – 13.00

Modelli organizzativi per il Market Access: la metodologia matrix to matrix per gestire le relazioni aziendali interne e ottimizzare quelle con gli stakeholder esterni

Agostino Grignani

- Mappatura Stakeholder in Ospedale e Sanità
- Modelli Matrix to Matrix: Ruoli Azienda farmaceutica vs Ruoli Ospedale e Sanità
- Esercitazione «Come ragiona e decide lo stakeholder»

Ore 14.00 - 18.00

Supply chain e Market Access: le farmacie

Agostino Grignani

- Farmacia retail: un nuovo target per il Market Access
- Farmacie dei Servizi, Pharmaceutical Care & MUR
- Progetti per l’Aderenza e la Prevenzione
- Esercitazione “Criticità nella gestione di un progetto”

Programma 22 maggio 2016 – giornata VI

Ore 09 – 13.00

Strumenti di farmaco-epidemiologia: dall'Efficacy all'Effectiveness

Carlotta Galeone

- Dati Real World, Prove Cliniche Controllate e Studi Osservazionali: una analisi comparativa
 - Grado di evidenza scientifica di uno studio
 - Disegno epidemiologico e aspetti metodologici
 - Principali misure di efficacia
- Interpretazione dei risultati (intervallo di confidenza e p-value)

Ore 14 – 18.00

Strumenti di farmaco-economia: l'Efficiency

Giovanna Barbera

- I parametri fondamentali della farmaco-economia
 - Efficacia
 - Tollerabilità
 - Utilità
 - Costo
- Modelli di Valutazione economica di un farmaco:
 - Modelli di costo efficacia
 - Modelli di costo-utilità
 - Modelli di costo-beneficio

Programma 29 maggio 2016 – giornata VII

Ore 09 – 13.00

Strumenti di farmaco-economia: Come valorizzare un trattamento

Carlotta Galeone

- Confronti diretti e indiretti fra farmaci: Come, quando e perché
 - Meta-analysis vs Network meta-analysis
 - Pooled analysis
 - Propensity score
 - Matching-Adjusted Indirect Comparisons
- La valutazione economica all'interno del processo di Health Technology Assesment (HTA)

Ore 14.30 – 18.00

Digital Marketing Farmaceutico

Manuela Fiore

- Marketing Digitale: principi e nuovi paradigma – impatti della logica digitale sul marketing
- Social networking e B2B
- Marketing mix: Multicanalità e multimedialità
- Creare una strategia di Marketing Digitale: engagement, digital experience, patient journey.

Programma 5 giugno 2017 – giornata VIII

Ore 09 – 13.00

Analisi reputazionali e misure di rewarding

Paola Parenti

- La reputation aziendale: valore e significato a livello di MA
 - Modelli di misurazione della Reputation e dell'attività di MA
 - La relazione con i ruoli istituzionali: esempi e riflessioni
 - Ingredienti del "savoir faire" adeguato
-

Ore 14 – 18.00

Big Data an emerging technology paradigm

Vincenzina Messina

- Challenges and opportunities of Big Data: An Overview across the life sciences industry value chain
- Machine learning and Data Analytics for marketing insight
- New models for more informed decisions
- Mind the Gap!

Programma 12 giugno 2017 – giornata IX

Ore 09 – 13.00

Il modello di Governance del Sistema Sanitario Nazionale e dei Sistemi Sanitari Regionali

Attilio Martorano

- Finanziamento del SSN
 - Fondo sanitario regionale e principali modelli organizzativi
 - Pianificazione strategica e programmazione. Determinazione obiettivi economico-finanziari a livello regionale
-

Ore 14 – 18.00

Il modello di Governance del Sistema Sanitario Nazionale e dei Sistemi Sanitari Regionali

Attilio Martorano

- Definizione ed assegnazione del budget alle aziende/strutture di livello inferiore
- Processo di budgeting
- Monitoraggio e misurazione

Testimonianze

Prova finale

Docenti

Giovanna Barbera
Gianpiero Data
Manuela Fiore
Carlotta Galeone
Christian Garavaglia
Agostino Grignani
Paolo Mariani
Attilio Martorano
Vincenzina Messina
Angela Paladino
Paola Parenti

Direzione

Paolo Mariani

Comitato di coordinamento

Matteo Pelagatti
Paolo Mariani
Biancamaria Zavanella

**Dipartimento di Economia, Metodi Quantitativi e Strategie
d'Impresa (DEMS)**

Via Bicocca degli Arcimboldi, 8 – 20126 Milano

www.b-asc.statistica.unimib.it

market.access@statistica.unimib.it

