Seconda edizione per l'unico corso di alta formazione in Italia dedicato al Market Access biofarmaceutico: si tratta del Corso di perfezionamento in Market Access nell'ambito Life Science, si svolge dal 7 aprile al 3 giugno 2014 ed è organizzato dal B-ASC (Bicocca Applied Statistic Center Business Intelligence & Data Mining), il centro di ricerca dell'Università di Milano- Bicocca dedicato agli studi di statistica economica. Il corso di perfezionamento intende fornire una risposta concreta alla crescente richiesta di professionisti con competenze adeguate all'aumentata complessità del mercato farmaceutico in profondo cambiamento e continua evoluzione.

I professionisti del Market Access devono possedere competenze tecnico-scientifiche ma anche relazionali, capacità di project management, conoscenze di health economics, regolatorie, di pricing, ma soprattutto devono saper comunicare utilizzando linguaggi, contenuti e strumenti diversi per ciascun stakeholder e coerenti con i differenti bisogni. Inoltre queste figure manageriali sono chiamate a favorire il coordinamento e la sinergia tra le diverse funzioni aziendali, per lo sviluppo di strategie di accesso integrate.

Secondo Paolo Mariani, docente di statistica economica dell'Università di Milano Bicocca, direttore del corso e membro fondatore del Centro B-ASC, «Nell'ambito del mercato farmaceutico, inizia a delinearsi l'esigenza di un maggior focus sull'aspetto gestionale, che vede anche la presenza di leve di sviluppo quasi del tutto assenti negli interventi formativi degli anni scorsi, come quella del Market Access, cioè un trait d'union tra le aziende farmaceutiche e le strutture sanitarie locali. La necessità di un management reattivo ai cambiamenti del mercato si sta dimostrando il punto critico, soprattutto nel contesto farmaceutico da sempre poco competitivo ma che ormai sta operando in un mercato economico in crisi».

Dai dati di una delle ultime ricerche realizzate dal Centro B-ASC emerge, infatti, che i punti considerati cruciali nell'offerta di formazione nelle aziende del settore farmaceutico sono relativi allo sviluppo delle relazioni con i clienti e con i medici (60,9 per cento) e alla formazione manageriale (52,2 per cento), con una particolare attenzione all'aspetto del Market Access (26,1 per cento).

«Il market access rappresenta oggi una delle aree più importanti per l'industria farmaceutica – spiega Giampiero Data, docente e coordinatore del corso - soprattutto in Italia, dove i vincoli e la moltiplicazione dei livelli decisionali rendono questa attività particolarmente complessa ed estremamente rilevante non solo nella fase di accesso, ma anche per l'adozione dei farmaci e, soprattutto, gioca un ruolo chiave nell'identificazione e dimostrazione del valore dei prodotti ai diversi stakeholder, anche in situazioni real world. Il market access diventa dunque un approccio strategico che coinvolge vari aspetti e funzioni, anche attraverso l'attivazione di progetti collaborativi con i player. Alla luce di questa ruolo strategico per le aziende, chi si occupa di market access sia a livello delle funzioni di sede, sia nell'ambito delle figure a presidio del territorio, dovrà possedere competenze sempre più ampie e sofisticate»

Il corso prevede una frequenza monosettimanale di 8 ore per un totale di 72 ore di incontri, suddivisi in lezioni frontali ed esercitazioni. Le lezioni saranno tenute da docenti interni all'Ateneo e da professionisti esperti del settore e affronteranno argomenti come:

Statistica per la sanità, Farmaco-economia, Digital Marketing Farmaceutico, Struttura di mercato ed interazione tra imprese, Modelli organizzativi per il Market Access: la metodologia Matrix to Matrix per gestire le relazioni aziendali interne ed ottimizzare il business con gli stakeholder, Market Access Management: nuovi ruoli professionali.

È rivolto a laureati in tutte le discipline, con esperienza nel ruolo o interessati a ricoprirlo e ai professionisti che desiderano migliorare le proprie competenze per operare al meglio in un'ottica collaborativa con la funzione di market access, fino a un massimo di 25 partecipanti. La domanda di ammissione andrà presentata entro il 3 marzo 2013. Le selezioni si terranno il 10 marzo 2014 presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

Per ulteriori informazioni e iscrizione al Corso di perfezionamento è possibile visitare il sito ww
w.b-asc.statistica.unimib.it
o scrivere a
sofia.augello@unimib.it
e a
market.access@statistica.unimib.it