

Master Management Farmaceutico

Hai trovato un Master con una storia di successi più lunga della nostra?

Perché scegliere un Master **BeMore**



Docenti Manager in aula

Il nostro Team di docenti è composto da Manager di aziende leader, in grado di trasmettere un know-how pratico e orientato all'acquisizione di competenze.



Stage e Placement

Al termine del Master è garantito a ciascun Allievo uno stage/tirocinio retribuito in una delle aziende partner che gli consentirà di mettere in pratica le competenze acquisite durante il percorso d'aula.



Sviluppo Carriera

Opportunità di carriera per i nostri Allievi presentate direttamente dai Manager di ciascuna azienda partner.



Metodologia didattica innovativa

La nostra metodologia è di tipo esperienziale e si sviluppa attraverso lezioni altamente interattive, casi aziendali e project work, finalizzati all'acquisizione di abilità e competenze da applicare in azienda.



Career Coaching e consulenza dedicata

Il nostro team di Career Coach si dedica a ciascun allievo durante tutto il percorso Master per supportarlo nell'inserimento professionale.



Selezione del personale

Siamo una società attiva nella selezione del personale, i nostri ex allievi entrano a far parte del network BeMore ricevendo contatti dai nostri Recruiter per le ricerche delle nostre aziende clienti.

Docenti & Testimonial

Alcuni dei nostri Manager:

Giacomo Cavallo

Legal Counsel
& Privacy Manager
Versace

Alessio Colaizzi

Europe & Canada Market
Access Director
Astra Zeneca

Susanna Martino

HR Consultant
Career Coach Digital
& Social Recruiter

Monica Soldini

Legal Counsel
Henkel

Alessandro Di Pasquale

Hr Business Partner
**RDS Radio Dimensione
Suono**

Alberto Di Stefano

HR Manager
Gruppo Hera

Sergio Alberino

HR Organization Manager
A. Capaldo SpA

Gianpaolo Califano

Senior Trainer,
Coach Professionista
e Consulente HR

Olimpia Simonetti

Aspirant P&C Manager
Ikea

Alberto Russo

HR Specialist
Mediacom Srl

Imma Correrà

Responsabile ricerca
e selezione del personale
Nuove Frontiere Lavoro

Sergio de Matteis

Consulente HR,
formatore,
orientatore

Umberto Vercellino

HR Legal Specialist
Lidl Italia

Ottavio Gallo

Brand leader
Novartis

Gianpiero Martina

Site Human Resources
Manager **Sanofi**

Maurizio Esposito

Consulente e formatore
area amministrazione
e contabilità

Pierluigi Mangino

Head of Project &
Portfolio Management
R&D Alfasigma

Alessandro Mazzù

Training specialist
e consulente web
marketing, marketing
e personal branding

Luana Ricciardi

Associate Director
Regulatory Strategy
Vertex Pharmaceuticals

Biancamaria Rossi

Lawyer, Group Legal
& Compliance Manager
Facile.it

Maria Rosaria Speranza

Consulente HR
Recruiter, Development
Specialist

Antonio Campitiello

HR People Development
Manager & PR
Anvest Health S.p.A.
Società Benefit

Monica Garocchio

Direttore affari regolatori
e farmacovigilanza
Exeltis Italia srl

Manuela Tortese

Organizzazione, Qualità,
Budgeting, Economista,
Formatrice e Consulente
di Impresa

Francesca Maddaluno

Senior Trainer & Coach
ACC International
Coaching Federation

Daniela d'Angelo

Responsabile HR
Lever touch

Ernesto Giordano

National Professional
Consultant **Gi Group**

Antonio De Pascali

Global HRBP
Gruppo Montenegro

Michela Casanica

Medical Writing,
Clinical Research,
Medical Affairs,
Medical Marketing

Carlo Catalanotti

GMP Manufacturing and QA
Manager
InnovaVector

Stage Garantito*

Job Placement & Career Support

Tutti i partecipanti al Master usufruiscono del servizio di **Job Placement & Career Support** finalizzato ad affiancare ciascun candidato nell'inserimento nel mondo del lavoro. Le attività svolte riguardano l'analisi delle competenze ed esigenze specifiche del candidato e lo sviluppo del piano di carriera individuale. La BeMore supporta i propri Masterini in uscita dal percorso d'aula con azioni mirate di affiancamento e assistenza continua nelle fasi di inserimento in stage e post attività di stage.



Stage e inserimento in azienda

La frequenza dello Stage, consente di sperimentare attivamente le conoscenze e le skills acquisite durante la fase d'aula e di intraprendere un percorso che costituirà un canale privilegiato per l'inserimento professionale. Lo stage ha una durata minima di circa 500 ore e si svolge in una delle prestigiose aziende che collaborano al Master. Il successo del Master è determinato dal placement ovvero dagli inserimenti professionali successivi alla fase di stage che arrivano al 95%. I nostri «masterini» rappresentano la nostra migliore testimonianza.



Aziende Partner

...una parte del nostro campus stage



Master Management Farmaceutico



Online



Inizio
14 Dicembre



Durata
3 mesi



Stage garantito
minimo 500 ore



Sbocchi professionali

Il Master è rivolto a giovani laureati e laureandi interessati a operare all'interno delle funzioni strategiche di aziende farmaceutiche e del settore biomedicale, di aziende sanitarie pubbliche e private, società di consulenza, società che svolgono ricerche di mercato operanti nel settore farmaceutico. Tra gli sbocchi lavorativi più ricorrenti si segnalano, in particolare, le seguenti figure:



Area Manager



Sales Manager



Key Account Manager



Project Manager



Brand Manager



Business Analytic
Manager



Marketing Access
Manager



Regulatory Affairs
Manager



Responsabile Controllo
Qualità



Quality Assurance
Specialist



Responsabile Validazione



Marketing Manager

Metodologia

Il percorso formativo, di carattere prevalentemente pratico, prevede un'articolazione che promuove un passaggio continuo dal SAPERE al FARE all'ESSERE. Le competenze e le tecniche saranno apprese attraverso una metodologia interattiva e dinamica, sia di tipo esperienziale - esercitazioni, role-playing, Case History - che teorica, atta a stimolare la partecipazione e il confronto.

Destinatari

Il Master è rivolto a giovani laureati e laureandi interessati ad operare all'interno delle funzioni strategiche di aziende farmaceutiche e del settore biomedicale, di aziende sanitarie pubbliche e private, società di consulenza, società che svolgono ricerche di mercato operanti nel settore farmaceutico.

Durata e frequenza

La formula di partecipazione è così suddivisa:



Fase d'aula online in formula weekend (9 moduli + 1 modulo orientamento)
19 giornate d'aula: sabato dalle 9.30 alle 17.30
domenica dalle h 9.30 alle h 13.30



Fase di stage
con frequenza quotidiana di sei mesi
con un monte ore totale di almeno 500 ore.

Attestato Master

Alla fine del Master verrà rilasciato l'attestato di partecipazione valido a tutti gli effetti di legge. La frequenza minima richiesta è l'80% delle lezioni in aula e la partecipazione al project work aziendale.

Il Master segue le procedure Qualità Iso 9001:2015. Partecipando al Master si entrerà a far parte del gruppo Family BeMore che permetterà di avere un coinvolgimento attivo e continuativo nel tempo per la crescita professionale; un'opportunità che diventa trampolino di lancio per la professione e che coinvolgerà i candidati nelle seguenti attività:



Partecipazione a workshop gratuiti



Ricezione di newsletter informative



Agevolazioni sui costi dei master e corsi



Inserimento del proprio cv nella banca dati Lavoro di BeMore



Collaborazioni nei progetti BeMore in corso



Coinvolgimento attivo nei social BeMore

Ammissione

Il master è a numero chiuso al fine di generare un efficace lavoro del gruppo d'aula, garantire a tutti gli allievi l'inserimento in stage e favorire il confronto continuo tra allievi e Trainers. L'iscrizione al Master è subordinata al superamento della prova di selezione costituita da:



Valutazione del curriculum studiorum e/o delle eventuali esperienze pregresse



Colloquio tecnico/motivazionale

Accreditamenti

Agenzia in possesso dell'accREDITAMENTO per l'attività di formazione dalla Regione Campania, cod. 1821

Agenzia autorizzata in qualità di Agenzia per il lavoro dall'Anpal

Agenzia autorizzata in qualità di Agenzia per il lavoro dalla Regione Campania

Agenzia in possesso di certificazione qualità COD. EA 35/EA37 dall'ente certificatore RINA SPA Cod 31808/15/S

Agenzia accreditata OPN- EFEI erogazione corsi sicurezza dei lavoratori

Agenzia accreditata con i maggiori fondi interprofessionali

Agenzia accreditata Forma.Temp certificato n. 0655.1068

Agenzia in possesso di certificazione ISO 45001:2018, sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro

Agenzia in possesso di certificazione ISO/IEC 27001:2013, sistema di gestione della sicurezza delle informazioni nel contesto dell'organizzazione

I nostri plus



Selezione del Personale

BeMore è un'affermata agenzia attiva da oltre 20 anni nella ricerca e selezione di personale qualificato. Ciascun Allievo avrà la possibilità di essere inserito nei nostri database e tenuto in evidenza per le ricerche di personale gestite per conto delle aziende nello specifico settore di interesse.



Project Work Aziendale

Un momento di confronto, discussione e verifica dell'apprendimento L'Officina Creativa è il Project Work di BeMore e si svolge in sottogruppi sia durante le lezioni d'aula che extra aula. Essa è l'implementazione di un progetto a partire da un'azienda realmente esistente ed ha l'obiettivo principale di sviluppare doti progettuali, organizzative, la capacità di lavorare in team e di sapersi relazionare agli altri, competenze oggi molto richieste dal mercato del lavoro. Ogni gruppo di lavoro presenterà il proprio project work l'ultimo giorno di ogni modulo alla presenza di una commissione composta dal responsabile didattico del Master e da un Manager di aziende partner.



Career Coaching

Tutti i partecipanti al Master usufruiscono del servizio di JOB PLACEMENT & CAREER SUPPORT finalizzato ad affiancare ciascun candidato nell'inserimento nel mondo del lavoro. Le attività svolte riguardano l'analisi delle competenze ed esigenze specifiche del candidato e lo sviluppo del piano di carriera individuale. La BeMore supporta i propri Masterini in uscita dal percorso d'aula con azioni mirate di affiancamento e assistenza continua nelle fasi di inserimento in stage e post attività di stage.



Incontri con Manager

I manager presenti in aula saranno in grado di fornire testimonianze utili, rispondendo ai quesiti degli Allievi, offrendo preziosi spunti per il successo professionale, per la creazione del network e per orientarli verso una carriera di successo.



Stage

La frequenza dello Stage, garantita a tutti gli allievi, consente di sperimentare attivamente le conoscenze e le skills acquisite durante la fase d'aula e di intraprendere un percorso che costituirà un canale privilegiato per l'inserimento professionale. Lo stage ha una durata minima di circa 500 ore e si svolge in una delle prestigiose aziende che collaborano al Master. Il successo del Master è determinato dal placement ovvero dagli inserimenti professionali successivi alla fase di stage che arrivano al 95%. I nostri «masterini» rappresentano la nostra migliore testimonianza.



Personal branding & Self empowerment

Tutti i partecipanti al Master usufruiscono del servizio di Orientamento finalizzato alla formazione e alla promozione di interessi e attitudini professionali, al fine di indicare al partecipante la "via" più giusta per inserirsi nel mondo del lavoro. Le attività svolte riguardano, l'assistenza nella redazione del curriculum, la preparazione ai colloqui di selezione, la valorizzazione delle capacità individuali attraverso il self-marketing, l'inserimento dei curricula dei partecipanti nella "banca dati lavoro" di BeMore in qualità di Agenzia per il Lavoro autorizzata e l'invio di un'informativa via email mensile sulle posizioni lavorative aperte del settore d'interesse.

Master Management Farmaceutico

PROGRAMMA DIDATTICO



Me
Università di Messina
Informazione

Modulo:

Direzione Medica: aspetti fondamentali dell'area di Supporto Scientifico

Obiettivi: Il modulo si propone di trasmettere competenze per operare nella direzione medica di un'azienda farmaceutica quale funzione fondamentale che si occupa di gestire e comunicare tutti gli aspetti scientifici legati ai farmaci. Così come per il Market Access, anche nella direzione medica ritroviamo la distinzione tra funzione di sede (il Medical Advisor) e funzione di territorio (il Medical Liaison). Il Medical Advisor è una figura di sede che ha il compito di trasferire sia internamente che esternamente all'azienda farmaceutica i risultati degli studi clinici dei farmaci, sia quelli già immessi sul mercato sia quelli in sperimentazione. Il Medical Scientific Liaison (MSL) è responsabile di uno o più prodotti dell'azienda, di un'area terapeutica o più aree terapeutiche affini, su uno specifico territorio. La Direzione Medica è sempre più coinvolta non solo nella strategia scientifico-comunicazionale e nel garantire che qualunque tipo di messaggio abbia un supporto scientifico adeguato, ma anche nelle azioni tattiche.

- Funzioni; Ruoli, Attività, Responsabilità della Direzione Medica
- Direzione Medica (Medical Manager – Medical Advisor)
- Medical Management and Project Management
- Medical Marketing (sede)
- Medical Field Management (territorio) (F.M.A., Medical Liaison, Regional Med. Adv.)
- Clinical Operations
- La Sperimentazione Preclinica
- La Sperimentazione Clinica

Modulo:

Affari Regolatori

Obiettivi: Il modulo mira a tramettere competenze per gestire i processi legati alla tematica riguardante il "Regulatory Affairs" quale dipartimento che si occupa della preparazione di tutta la documentazione normativa da sottoporre alle autorità regolatorie (AIFA, FDA, ecc.) necessaria ai fini dell'ottenimento dell'autorizzazione alla commercializzazione del farmaco prodotto dall'azienda. Le competenze acquisite dai partecipanti andranno dalla preparazione della documentazione necessaria per l'ottenimento, il mantenimento e il rinnovo delle autorizzazioni fino all'immissione in commercio di medicinali rilasciate nel paese dove si intende vendere il farmaco, attraverso la stesura dei Dossier di registrazione.

- L'importanza degli Affari Regolatori nel comparto della salute
- Gli Enti Regolatori : MS, AIFA, EMA, EFSA, ECHA, ASL-Regioni
- Le leggi quadro del settore della Salute
- L'organizzazione dell'URA – Ufficio Regolatorio Aziendale
- L'aggiornamento Regolatorio
- I Prodotti Farmaceutici – (d.lvo 219/06 e successivi aggiornamenti)
- Autorizzazioni alla Produzione e all'Importazione
- La Convalida di un processo
- Etichettatura e foglio illustrativo
- Autorizzazione immissione in commercio (A.I.C.)
- I Dispositivi Medici
- Prodotti destinati ad una alimentazione particolare
- Le tariffe rese per il ministero e l'Aifa (autorizzazioni, aici, notifiche ecc.)

Modulo:

Principi Cardine del Quality Assurance: Requisiti normativi e GMP – le norme di buona fabbricazione dell'industria farmaceutica - Best practices

Obiettivi: Il modulo mira ad affrontare la tematica relativa alla definizione e gestione delle attività che assicurano la qualità del processo di sviluppo del prodotto e quella del prodotto stesso. Partendo dalla conoscenza di tutti i requisiti delle Linee Guida di qualità Nazionali e Internazionali, l'Assicurazione Qualità (Quality Assurance) è il dipartimento garante che il farmaco sia prodotto secondo degli standard di qualità dettate dalle cGMP, ovvero le Norme di Buona Fabbricazione (cGMP). In tale contesto le figure del "Quality Assurance Manager" e della "Qualified Person" gestiscono, all'interno dell'Azienda Farmaceutica, i delicati equilibri del Sistema Qualità aziendale affinché il farmaco venga rilasciato in sicurezza e in conformità con tutti i requisiti delle cGMP.

- Aspetti legislativi delle GMP
- Definizione dei Pilastri della Qualità: ruolo del QA e della Qualified Person
- Gestione della documentazione / Data integrity / principi ALCOA+
- Principi di validazione e qualifiche equipment
- Principi di cleaning validation
- Verifiche Ispettive / Audit / Self Inspection
- Ricerca della/e Root Cause Analysis : come strutturare una investigazione efficace
- Risk Management
- Qualifica fornitori
- Ambienti controllati
- Change Control
- Formazione
- Richiamo del prodotto

Modulo:

Farmacovigilanza: Controllo e Sorveglianza dei Farmaci

Obiettivi: Il modulo mira a tramettere competenze per gestire i processi di vigilanza su tutte le tipologie di prodotto immesse sul mercato, monitorando e segnalando alle autorità competenti, attraverso dei rapporti periodici di aggiornamento sulla sicurezza dei farmaci, le eventuali reazioni avverse ed inattese che derivano dall'utilizzo dei farmaci. La persona responsabile della farmacovigilanza deve quindi conoscere le caratteristiche, le patologie e le dinamiche che derivano dall'uso dei farmaci. Più nel dettaglio, le principali competenze che verranno trasmesse riguarderanno la capacità di assicurare che tutte le segnalazioni relative alla sicurezza dei farmaci immessi sul mercato siano portate rapidamente a conoscenza delle autorità competenti tramite la rete nazionale di farmacovigilanza e la conoscenza dei processi legati ai rapporti con l'autorità regolatoria per fornire qualsiasi informazione supplementare richiesta ai fini della valutazione dei benefici e dei rischi di un farmaco.

- La farmacovigilanza: quadro generale, cenni storici, evoluzione ed obiettivi
- La legislazione sulla farmacovigilanza in Europa e in Italia
- Ruolo delle agenzie regolatorie nazionali ed internazionali (AIFA, EMA)
- Ruolo del Titolare AIC
- Interazione della farmacovigilanza con le altre funzioni aziendali
- Interazioni della farmacovigilanza con le parti terze
- La farmacovigilanza nella ricerca clinica: studi interventistici, osservazionali, no profit
- La farmacovigilanza post-marketing: fonti e gestione dei singoli casi
- La gestione delle segnalazioni spontanee/solicited
- Gestione della farmacovigilanza nelle ricerche di mercato, PSP, digital media
- La gestione delle segnalazioni speciali: uso compassionevole, legge 648, off-label
- Eudravigilance
- Nuovi standard di Farmacovigilanza: il sistema di qualità
- Accenni su farmacovigilanza e privacy

Modulo:

Market Access nell'Industria Farmaceutica

Obiettivi: Il Market access è un dipartimento che esiste esclusivamente all'interno delle aziende farmaceutiche e che si occupa dell'accesso cioè dell'immissione di un farmaco sul mercato. Il Market Access dunque riguarda l'approccio integrato per affermare la leadership del prodotto fino al paziente, vale a dire processi, attività e strategie da implementare per rendere i prodotti accessibili e prezzi adeguati nel sistema sanitario.

È proprio attraverso il Market Access che il mercato deve riconoscere il valore del farmaco con l'insieme di leve che ne favoriscono l'accesso, leve che incidono su prescrittore, vari stakeholder e pazienti. Le competenze acquisite attraverso il modulo riguarderanno l'asset relativo all'Health Economics, Outcome Research, Pricing & Reimbursement. Tali competenze si riferiscono ai contenuti clinici e biomedici, quelli economici, nonché quelli normativi e commerciali.

- Struttura e organizzazione del Sistema Sanitario Nazionale
- Come nasce il nostro SSN e com'è organizzato
- Il Market Access in una azienda di dispositivi medici
- Gli attori che influenzano maggiormente l'accesso al mercato dei prodotti
- La definizione del valore dei prodotti
- Costruzione e comunicazione della value proposition, value messages versus claims
- Il valore economico
- Dalla value proposition al piano di Market Access
- Il piano di market access: elementi, strumenti, alternative strategiche, quando costruirlo e come
- Ruoli e responsabilità in azienda
- Il contributo del Market Access nelle diverse fasi del ciclo di vita dei dispositivi
- Dal lancio del prodotto al "late life cycle management"
- Trend nel contesto politico-sanitario nazionale e internazionale
- Introduzione a It technology assessment (hta); L'analisi di costo efficacia (CEA) l'analisi di impatto sul budget (BIA)
- Nozioni per l'accesso al mercato regionale e locale
- Scenario regionale e ruolo delle commissioni locali per la valutazione di un farmaco

Modulo:

Marketing Farmaceutico

Obiettivi: Il Marketing Manager ha un ruolo rilevante all'interno del nucleo aziendale vista la rilevanza delle sue decisioni. Coordina tutte quelle attività che precedono e costituiscono il lancio, nonché la successiva vendita, di un prodotto/servizio. Il modulo illustra le principali strategie di Marketing di settore più innovative ed efficaci e analizza gli Strumenti Operativi del Marketing Farmaceutico, essenziali per potersi proporre e inserire in ambito aziendale rispondendo con adeguata competenza a quanto oggi richiesto dalla funzione.

- Selling vs Marketing Concept
- Marketing Strategico e Operativo
- Business Plan & Marketing Plan
- Strategic Planning Process
- Struttura di un Piano di Marketing
- Analisi del Settore Salute
- Analisi e Management della Spesa Sanitaria e farmaceutica
- La S.W.O.T. analysis nel Mercato Farmaceutico
- Regole e dettami della Pubblicità nel Settore Farmaceutico
- Evoluzione dei Promotional Models
- Promozione e Comunicazione Healthcare & Pharma
- Digital Marketing in Healthcare
- La forza del Brand e la Brand Equity
- La Leva della Distribuzione nella filiera del farmaco
- Gli elementi del Marketing Mix
- Gestire il pricing nel Settore Farmaceutico
- I dati di Sell-In e di Sell-Out: similitudini e differenze
- La struttura del Mercato Farmaceutico

Modulo:

Business Developmente Sales Management

Obiettivi: Per quanto abbia il fine ultimo di curare i pazienti, l'azienda farmaceutica – in quanto azienda – deve raggiungere un determinato fatturato e lo fa attraverso il dipartimento Sales che ne rappresenta il motore. È organizzato a livello territoriale ed è costituito dalla rete di Informatori scientifici e Product Specialist, i quali sono coordinati da Area Manager. Il ruolo del Sales è quello di monitorare l'andamento commerciale del prodotto e presidiare l'organizzazione e la gestione della rete di vendita e distribuzione fino alla gestione del servizio post vendita.

- Ruolo dell'Area Manager e Struttura Sales all'interno dell'organizzazione aziendale
- Compiti e responsabilità
- Le figure professionali dell'area commerciale: l'ISF, l'Area Manager, il Product Specialist, il Key account Manager, il Regional Affairs, l'Agente
- Il ruolo dell'informazione Scientifica presso i diversi target (in accordo al Dlgs 219/06)
- L'analisi del mercato
- La struttura delle rete di vendita
- Modalità di analisi e di gestione del portafoglio clienti
- La scelta e la selezione delle Figure Professionali
- Come valutare i collaboratori: la costruzione del sistema di incentivazione
- Gli stili di leadership nella gestione della forza di vendita
- Le valutazioni economico finanziarie di interesse per il Sales Manager

Modulo:

Il Project Management nel Settore Farmaceutico

Obiettivi: La crescente complessità regolatoria e di mercato del settore farmaceutico, healthcare e medical devices comporta la necessità per le aziende di gestire progetti articolati che coinvolgono funzioni differenti (Regulatory, Legal, Marketing, Sales, R&D, Qualità, Produzione, Ingegneria, etc), le quali interagiscono per conseguire gli obiettivi prefissati, utilizzando le risorse assegnate, nel rispetto dei costi, dei tempi e della qualità stabiliti, in ottemperanza ai requisiti normativi regolatori.

In tale contesto si inserisce il project management come disciplina fondamentale per la gestione dei progetti multifunzionali e come competenza ricercata in tutti gli ambiti del mondo del lavoro, incluso quello farmaceutico. L'obiettivo del modulo è quello di fornire le tecniche di Project Management per avviare, pianificare, controllare e concludere con successo un progetto diretto al lancio di un nuovo Prodotto, di un macchinario o di un Farmaco..

- Project Management
- Strutture organizzative e progetti
- Program e Portfolio Management
- Governance dei progetti
- Processi di PM (avvio, pianificazione, esecuzione, controllo, chiusura)
- Contesto e gestione stakeholder
- Fasi del progetto (ciclo di vita)
- Criteri di successo del progetto
- Strategia di progetto, requisiti e obiettivi
- Il Responsabile di Progetto (Project Manager)
- Modelli di Maturità di PM
- Criteri di valutazione del progetto
- Cambiamento socio-organizzativo e innovazione
- Gestione dell'integrazione di progetto
- Gestione dell'ambito e dei deliverable di progetto
- Gestione dei tempi di progetto
- Gestione delle risorse di progetto
- Gestione della contrattualistica e degli acquisti di progetto
- Gestione dei rischi di progetto
- Gestione dei costi di progetto
- Valutazione dell'avanzamento di progetto
- Gestione delle informazioni e della documentazione di progetto
- Gestione della qualità di progetto
- Standard e normative
- Il Final Report

Modulo:

Gestione delle Risorse Umane nell'Industria Farmaceutica

Obiettivi: La mission della Funzione Risorse Umane dell'Industria Farmaceutica è quella di contribuire al raggiungimento degli obiettivi di business attraverso le persone giuste, al posto giusto, al costo giusto e con la giusta motivazione, allineando le politiche del personale alle strategie e agli obiettivi aziendali, e rendendole esecutive in modo da ottenere i risultati desiderati. Il modulo ha lo scopo di potenziare nei partecipanti la consapevolezza degli obiettivi di ruolo legati alla funzione HR, dei comportamenti funzionali attesi e di stimolare lo sviluppo di una maggiore proattività, assunzione di responsabilità e assertività nelle relazioni di ruolo interfunzionali.

- Definizione di Organizzazione Aziendale
- I modelli organizzativi
- L'Hr manager nel contesto organizzativo
- La motivazione e lo sviluppo delle risorse
- La relazione con i Collaboratori
- Efficacia del ruolo: Autorevolezza e Leadership
- La gestione del personale e la comunicazione
- La valutazione delle prestazioni
- La selezione dei collaboratori
- Compensation & benefit

Modulo:

Orientamento & Career Support

Obiettivi: Tutti i partecipanti al Master usufruiscono del servizio di JOB PLACEMENT & CAREER SUPPORT finalizzato ad affiancare ciascun candidato nell'inserimento nel mondo del lavoro. Le attività svolte riguardano l'analisi delle competenze ed esigenze specifiche del candidato e lo sviluppo del piano di carriera individuale. La BeMore supporta i propri Masterini in uscita dal percorso d'aula con azioni mirate di affiancamento e assistenza continua nelle fasi di inserimento in stage e post attività di stage.

- Definizione di obiettivo = rappresentazione cognitiva di un risultato atteso
- Obiettivo SMART
- Spinta per raggiungere obiettivi = Motivazione
- Gli elementi della motivazione
- I livelli della motivazione
- Il curriculum vitae
- Come affrontare il colloquio di selezione
- Domande tipo colloquio di selezione
- Self- marketing

Quote di partecipazione

Le quote di partecipazione al Master variano in base alla tipologia di percorso scelto:

Percorso	Prezzo di listino	Prezzo Promo Early Booking
Master + Stage	€ 3.200,00 + IVA	Non attiva
Master	€ 2.700,00 + IVA	Non attiva

Modalità di pagamento

Sono previste le seguenti modalità di pagamento agevolato:

- **Rateale con rate mensili a tasso zero con formula finanziamento Deutsche Bank***
- **Rateale con versamento acconto del 15% + n. 3 rate con BeMore**
- **In unica soluzione, all'atto dell'iscrizione.**
Dà diritto al **10% di sconto** sull'intera quota di partecipazione (non cumulabile con altre promozioni).

Agevolazioni

BeMore è convenzionata con Deutsche Bank per la concessione di finanziamenti a tasso zero in 24 ore. Il numero di rate disponibili va da un minimo di 6 ad un massimo di 24 rate.

**INFORMAZIONI TRASPARENTI: Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Salvo approvazione di Deutsche Bank S.p.A. alla richiesta di finanziamento. Per le condizioni contrattuali si rimanda ai moduli disponibili presso le sedi BeMore srl.*

La career coach **BeMore** ti aspetta per la tua consulenza di carriera

BeMore srl

Via Scipione Bobbio, 15

80125 Napoli

+39 081 767 00 99

+39 350 952 96 48

www.bemoremaster.it

info@bemoremaster.it

