



# POST GRADUATE MANAGEMENT & MARKETING IN ODONTOIATRIA

*Economia, gestione e organizzazione  
dell'attività odontoiatrica*

**Università Vita Salute  
San Raffaele - Milano**  
The Success in Dentist Practice  
***Strategie di successo professionale***

**VII EDIZIONE**

Novembre 2022 – Febbraio 2023

**Università Vita e Salute  
Ospedale San Raffaele, Milano HSR**



**I.R.C.C.S. Ospedale  
San Raffaele**

# Il nuovo paradigma

## Il Post Graduate di Marketing e Management in odontoiatria sulle strategie manageriali che coinvolgono l'economia, il management e la comunicazione.

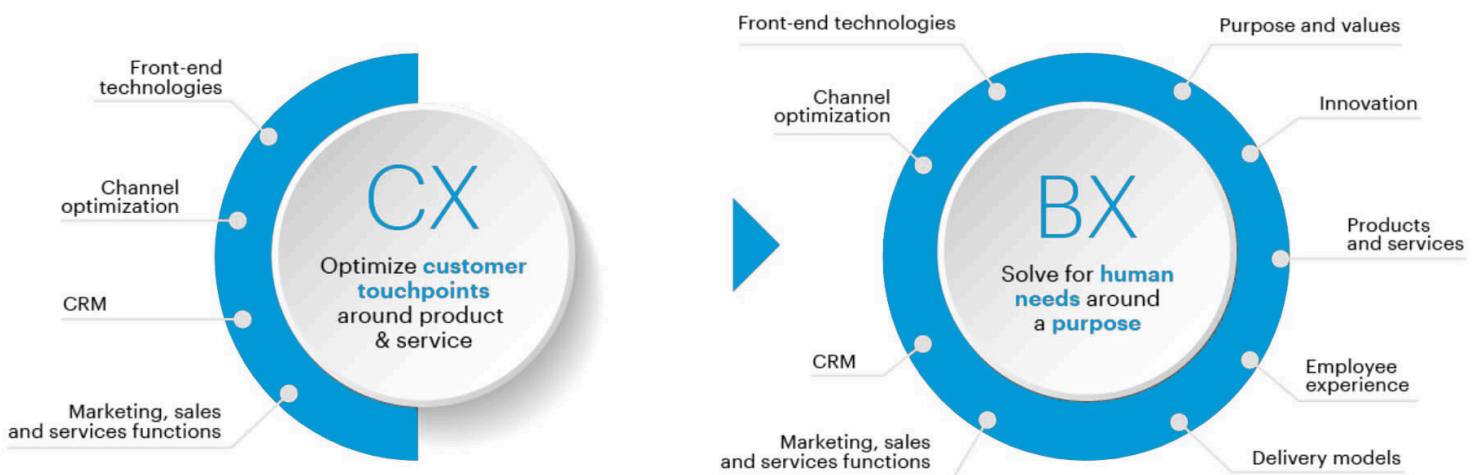
Questa VII edizione del Post Graduate si svolge in uno scenario economico e competitivo che non ha eguali. Un panorama sull'analisi manageriale approfondita con particolare riferimento al cambiamento dei processi decisionali dei pazienti, ai protocolli di management, alla digitalizzazione delle attività, alla gestione economica dello studio, all'attività di gestione delle risorse umane che richiede politiche motivazionali efficaci. Fattori che rappresentano, oggi più che mai, un vantaggio strategico determinante per lo sviluppo dell'attività odontoiatrica.

### Crescere attraverso un percorso formativo frutto di analisi scientifiche ed esperienza pratica.

Il Post Graduate è un percorso formativo mirato allo sviluppo efficace del Management.

La gestione del successo in odontoiatria deve andare oltre la filosofia della gestione tradizionale dello studio dentistico che deve oggi essere in grado di rispondere a nuovi ed attuali bisogni dei consumatori/pazienti. Serve dunque una formazione specifica per consentire agli odontoiatri di raggiungere i risultati strategici desiderati.

L'edizione di quest'anno rappresenta un'evoluzione fondamentale per gli studi odontoiatrici. Un'edizione il cui programma formativo, derivante da esperienze scientifiche e manageriali, è volto a sviluppare la crescita della Business Experience che assume sempre più una valenza prioritaria in quanto si ricollega ad ogni aspetto dell'operatività che cambierà sostanzialmente il modo di coinvolgere i pazienti e di interagire con e tra di loro.



Questa edizione 2022 del Post Graduate di Management e Marketing rappresenta decisamente il nuovo approccio per gli odontoiatri più innovatori e competitivi, capaci di avere quella visione dinamica del futuro in costante cambiamento. Un approccio innovativo anche nella formula dello stesso Post Graduate aperto agli odontoiatri, ai collaboratori, ai loro team ed a chi ha deciso di investire nel settore nel prossimo futuro.

Oggi si può scegliere di partecipare al Corso completo del Post Graduate - il percorso "*Full immersion*" di otto moduli - oppure solo agli ultimi due moduli "*Practical Management*".

- "**Full immersion**" è il Corso di eccellenza che prevede la frequenza al programma completo. Verranno trattati tutti i temi specifici di approfondimento con i più esperti professionisti operativi del settore professionale della consulenza strategica. I docenti selezionati nel Post Graduate adottano esperienza e didattica finalizzata al raggiungimento degli obiettivi formativi.
- "**Practical Management**". Questo secondo percorso prevede la sola partecipazione all'ultimo modulo, due giorni (venerdì e sabato) dedicati integralmente alla formazione pratica ed esclusivamente centrata all'operatività e al controllo di gestione economica, con esempi di Case History, soluzioni applicate e strategie di successo professionale.

Il Post Graduate di Management e Marketing 2022 vuole fornire le risposte alle domande sulle opportunità che bisogna sapere e voler cogliere oggi per impostare il futuro, che solo una certa innovazione riesce a gestire in un mondo suscettibile ai cambiamenti.

# Presentazione strategica

La gestione di un'attività odontoiatrica non può essere limitata alla soddisfazione delle proprie esigenze personali ma deve saper cogliere e soddisfare, anche e soprattutto, le aspettative degli utenti attraverso un management in grado di orientare i propri collaboratori verso il raggiungimento di risultati sempre più efficaci, efficienti e di qualità.

Un management capace di generare politiche e condizioni ottimali affinché tutto il team sia attivamente coinvolto e motivato per il raggiungimento degli obiettivi condivisi.

Il panorama attuale dell'area odontoiatrica evidenzia un mercato sempre più complesso e competitivo; la tensione economica di questi ultimi anni, la forte e crescente competitività nazionale ed internazionale, la generazione di nuove modalità di erogazione delle prestazioni richiedono una governabilità del management volto alla sostenibilità ed allo sviluppo dei servizi odontoiatrici.

Un management caratterizzato da capacità organizzative e di gestione dei processi decisionali, da concretezza nella pianificazione delle attività e dalla capacità di motivare i propri collaboratori e sviluppare le loro performance.

Le trasformazioni organizzative e culturali che oggi coinvolgono il mercato del settore odontoiatrico richiedono capacità di analisi, di adattamento e di gestione delle criticità a diversi livelli come quelli gestionali amministrativi, economici e relazionali.

Trasformazioni che richiedono modelli di analisi della domanda e modelli qualitativi di offerta sempre più sofisticati, con delle soluzioni manageriali che garantiscono equità, accessibilità ed efficienza in tutte le aree dell'assistenza odontoiatrica.

Diventa dunque determinante ed indispensabile saper selezionare, valutare, sviluppare e gestire soluzioni sempre più efficaci attraverso percorsi formativi mirati e ben progettati.

Se da un lato, infatti, sono necessarie e sempre più richieste le competenze clinico-tecnico-scientifiche all'avanguardia, sul versante del management è indispensabile oggi lo sviluppo di competenze relazionali e trasversali altrettanto diversificate e mirate, al fine di conseguire una maggior efficienza complessiva terapeutica ed economica.

***Il Rettore dell'Università Vita Salute  
e Direttore del Corso di Laurea Specialistica in Odontoiatria e Protesi Dentaria  
Prof. Enrico Gherlone***

# Introduzione al Post Graduate

Con entusiasmo e orgoglio l'Università Vita e Salute S. Raffaele di Milano presenta la settima edizione del Post Graduate di Management & Marketing in Odontoiatria.

“Da diversi anni ho assunto quest’incarico prestigioso che mi ha indotto a realizzare un corso di ampio respiro manageriale ed organizzativo, strutturato con modalità didattiche sempre innovative e centrato sulle esigenze concrete di coloro che quotidianamente si trovano ad affrontare la gestione e lo sviluppo dell’attività odontoiatrica. Professionisti che nella gestione della propria attività, sia essa organizzata in forma d’impresa, in associazione, societaria tra professionisti, o libero professionale, devono saper prendere decisioni a breve, medio e lungo termine.

L’attuale scenario competitivo ed un mercato con dei pazienti che hanno l’esigenza di soddisfare dei nuovi bisogni, ci hanno reso sempre più consapevoli del fatto che le strategie di successo ed il posizionamento dell’attività richiedono inevitabilmente l’acquisizione interna di competenze specifiche orientate alla customer satisfaction, competenze in grado di generare valore futuro.

Gli eventi di questi ultimi anni hanno coinvolto anche i metodi ed i contenuti della formazione che oggi non può più essere rappresentata da un passaggio di sole conoscenze. La formazione deve assumere una visione “costruttiva”, personalizzata e misurabile, dove l’apprendimento è frutto dell’esperienza e dell’integrazione delle professionalità dei docenti.

Per questo motivo il Post Graduate mira a sviluppare capacità e competenze specifiche attraverso un percorso formativo molto simile ad una consulenza personale in cui, grazie all’elevato livello di interattività con i docenti e con le realtà che fungeranno da partner, è possibile avere confronti e scambi di un percorso di vita umana e professionale.

L’obiettivo primario del Corso è quello di fornire risposte significative ed efficaci ai diversi fabbisogni di sviluppo dei contesti e delle professionalità che operano all’interno dell’ambiente professionale, economico, sociale e culturale dove l’attività si svolge, al fine di erogare servizi competitivi, innovativi e qualificati, percepiti dal paziente e dal mercato in modo valoriale.

Questo corso ha l’obiettivo di sviluppare le competenze necessarie per la gestione ottimale dei ruoli (funzioni) di responsabilità e sviluppare le competenze manageriali attraverso quattro parole d’ordine:

• **Cambiamento** • **Confronto** • **Crescita** • **Misurazione e Controllo**

*Parole d’ordine che rappresentano una sfida, un nuovo modo di concepire l’operatività. Un’operatività fondata su valori morali ed etici che implementano gli stimoli innovativi e la motivazione attraverso un confronto con chi già opera all’interno della propria realtà e che ogni giorno si adopera per superare le difficoltà e risolvere problematiche tipiche della gestione.*

*Una nuova operatività centrata sullo sviluppo di una cultura organizzativa e tecniche operative di management, sullo sviluppo delle competenze e delle performance individuali, fattori determinanti per la crescita economica dell’attività odontoiatrica”.*

**Il Coordinatore del Post Graduate**  
**Prof. Antonio Pelliccia**

# Obiettivi del corso

- Offrire una preparazione multidisciplinare necessaria per comprendere il complesso sistema del "ciclo paziente" e tutte le variabili sociali, economiche, giuridiche e cliniche ad esso connesse.
- Sviluppare ampie conoscenze relative alle problematiche di natura organizzativa, con particolare attenzione allo sviluppo delle capacità di problem solving e di gestione dei ruoli affidati, assicurando alle strutture capacità competitiva e adattabilità ai cambiamenti tecnologici e organizzativi del mercato.
- Approdare ad un modello gestionale più consapevole ed organizzato che sappia interpretare il mercato.
- Sviluppare procedure standardizzate per ottenere un modello eccellente dal punto di vista della qualità clinica ed extra clinica.
- Nuovi paradigmi di azione per creare competenze gestionali e per lo sviluppo personale dei collaboratori.
- Far acquisire approfondite ed evolute conoscenze specialistiche, teorico-applicative, nelle aree funzionali della gestione aziendale: rapporti tra comparti, area produttiva (clinico - operativa), area amministrativa/commerciale, front/back office.
- Fornire gradi di consapevolezza di tutte le fasi della operatività: dalla promozione alla gestione dei servizi nonché ai diversi comparti dell'organizzazione.
- Sviluppare le competenze e gli atteggiamenti personali di analisi, di ascolto, di iniziativa, nonché l'attitudine al lavoro di gruppo.
- Programmare e gestire il cambiamento e inserirsi, con funzioni chiave, nel complesso ed affascinante mondo dell'odontoiatria.
- Focalizzare l'attenzione sull'azione manageriale, ovvero sui risultati.
- Sviluppare le capacità di ciascun partecipante per la direzione di organizzazioni complesse.
- Proporre e realizzare soluzioni organizzative innovative per la gestione dei servizi odontoiatrici.
- Promuovere capacità personali di negoziazione e di comunicazione.
- Formare nuove figure che posseggano capacità e competenze interdisciplinari e che siano in grado di operare in maniera eccellente nel settore per personalizzare e contestualizzare gli interventi rispetto ai bisogni specifici

# Obiettivi

# Finalità

Le strategie di successo ed il posizionamento dell'attività sono aspetti che oggi richiedono competenze interne ed il corso sviluppa queste capacità, rendendo questo corso molto simile ad una consulenza personale per il livello di interattività con i docenti e con le realtà che fungeranno da partner. Con questo programma si vuole offrire un momento di riflessione approfondita sulle modalità attraverso cui si opera nelle organizzazioni odontoiatriche, sulle proprie competenze e sullo stile di management praticato.

## A chi si rivolge

Il Post Graduate si rivolge ai titolari di studi odontoiatrici ed ai ruoli dell'alta direzione dell'attività odontoiatrica (proprietari o dirigenti) per un percorso imprenditoriale.

Possono partecipare anche ASO, personale di segreteria, coordinatori e consulenti che, in termini di leadership, ambiscono ad essere fortemente orientati sia al compito operativo, sia alla "customer satisfaction", sia alle attività di Referral Program (dal passaparola al web, dalla comunicazione motivazionale alle neuroscienze), sia al controllo di gestione, ottimizzando i requisiti essenziali quali la flessibilità, il cambiamento, il problem solving ed il controllo di gestione economico.

## Grazie al corso sarà possibile comprendere:

- Definizione degli obiettivi dell'attività.
- Organizzazione e disponibilità di mezzi e risorse umane, economiche e di mercato.
- Controllo che i mezzi e le risorse siano ben utilizzati per raggiungere gli obiettivi ed elaborare una serie di azioni atte ad intervenire tempestivamente per la risoluzione di eventuali problemi derivanti dall'utilizzo degli stessi.
- Controllo sulla gestione organizzativa e quindi produttiva per il miglioramento della "qualità della vita" nella attività (team building).
- Marketing & Management: definizione e costruzione del piano operativo di marketing personalizzato. Sistemi di misurazione, obiettivi e governo delle risorse.
- Sistemi di misurazione, obiettivi e governo delle risorse.

## Sviluppo di piani di controllo interni / esterni:

- Cosa deve essere fatto e da chi.
- Quando, dove e come deve essere fatto.
- Quali documenti e strumenti di comunicazione devono essere utilizzati.
- Come deve essere organizzato il "controllo di gestione".
- Criteri di gestione dei preventivi e metodi di presentazione.
- Come trasformare i pazienti in "divulgatori".
- La gestione dei collaboratori e delle risorse umane.
- Il coordinamento all'interno della clinica.
- La documentazione rilasciata al paziente ed il marketing.
- Il Referral Program e la comunicazione (Web-Marketing internet, mail, social media, neuromarketing).

# Programma Full Immersion

Prevede tutte le 8 giornate

## Date

18/11/2022	13/01/2023
19/11/2022	14/01/2023
16/12/2022	10/02/2023
17/12/2022	11/02/2023

## ANALISI DEL SETTORE ODONTOIATRICO

- Mercato di riferimento
- Trend attuale
- I bisogni delle cure odontoiatriche in Italia a confronto con quelli di altri Paesi Europei
- Scenario futuro

## ANALISI TERRITORIALE

- Analisi Geomarketing
- Approccio metodologico
- Mappe e cartografie mediante utilizzo software GIS
- Mercato di riferimento
- Analisi del settore odontoiatrico locale
- Mappa trading area
- Mappe di acquisizione
- Marketing intelligence
- Situazione della concorrenza: competitors
- Analisi SWOT
- Analisi PEST

## DESIGN, AMBIENTE E ARCHITETTURA

- Il valore del design dell'ambiente
- Ergonomia degli spazi
- Progettazione, costi e soluzioni
- Benessere come obiettivo
- Realizzazione operativa ed errori da evitare
- Gli adempimenti, i tempi e le criticità risolte

## LE NEUROSCIENZE APPLICATE AI PROCESSI DECISIONALI DEI PAZIENTI

- Il valore delle emozioni
- Come si formano le scelte e le decisioni dei pazienti
- Marketing emozionale, esperienziale e relazionale
- I processi decisionali
- Euristiche, Bias cognitivi e chimica del cervello
- Le trappole e della mente

## MARKETING DIGITALE

### FUNNEL MARKETING E LEAD GENERATION

- Costruzione di un piano di web marketing
- Social Media Marketing applicato all'odontoiatria
- Creare l'ecosistema digitale
- Ottenere Lead Generation e quindi richieste di prime visite o richieste di informazioni
- Gestire i flussi della Customer Experience dei nuovi pazienti
- Calcolare il ritorno di investimento sulla comunicazione Social Media (ROI)
- La comunicazione valoriale e creativa del piano editoriale di marketing digitale
- Gestire i flussi di comunicazione
- Social Media Marketing, Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube, Web TV, Community, Blog e le attività di marketing personale
- Gli algoritmi dinamici di Facebook e Google
- I "magneti" della comunicazione digitale
- Terminologie e glossario



## ASSETTO PRESENTE E FUTURO DELL'ATTIVITÀ

---

- Principi generali di organizzazione aziendale
- Le fasi della vita aziendale - odontoiatrica: istituzionale, di funzionamento e terminale
- Fase istituzionale: le scelte fondamentali
  - I rapporti di libera professione
  - Il rischio di impresa. L'analisi del rischio
- Come realizzare la crescita
- Fase di funzionamento: il finanziamento della clinica odontoiatrica
- Il capitale di rischio
- Il capitale di credito
- Criteri di scelta della forma di finanziamento
  
- Pianificazione degli investimenti

## DA SOLI O IN SOCIETÀ

- Le diverse forme di aggregazione nel settore odontoiatrico
- Come ridistribuire i costi ed i ricavi tra i soci
- Gli "studi odontoiatrici familiari": caratteristiche principali e requisiti di successo
- Le diverse forme di aggregazione e svolgimento della professione nel settore odontoiatrico costituendo una Società
- Cessazione dell'attività: exit strategy, vendita e valore di avviamento

## LE AZIENDE SONO COMPOSTE DI PERSONE

---

- L'organizzazione di un Team: metodologie a confronto

## LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

- I meccanismi che generano la fiducia, partecipazione e persuasione nel team
- La gestione della motivazione nel team
- La gestione della leadership situazionale, come acquisirla, quando cederla
- Gestione ed interpretazione dei comportamenti, i punti di forza e le debolezze personali
- La gestione dei premi e degli incentivi
- Il Problem Solving

- Il Coaching automotivazionale
- Gestire le ragioni e le emozioni
- Accordi e contrattualistica con i collaboratori

## LAVORO E SICUREZZA

- Garanzia della salute e sicurezza. Informazione e formazione
- Percorso di miglioramento continuo per garantire qualità totale
- La gestione della qualità: il TQM (Total Quality Management)
- Certificazione ISO- VISION in ambito clinico ed extra-clinico

## ANALISI E CONTABILITÀ DEI COSTI

---

- Il concetto ed il processo di formazione dei costi
- Le finalità del calcolo dei costi
- Gli oggetti di riferimento del calcolo dei costi: costi speciali e comuni
- Le configurazioni di costo
- I costi standard
- Le analisi costi: volume e risultati
- Il target costing
- Percentuali di incidenza dei costi variabili sulle vendite
- La break even analysis
- Il bilancio: aspetti civilistici e fiscali. Cenni
- Le basi di riferimento nella determinazione del prezzo della prestazione
- I fondamenti della valutazione del flusso di cassa
- L'equilibrio monetario
- L'autofinanziamento
- La capacità di reddito
- La stima del costo del capitale
- La pianificazione finanziaria
- La determinazione del reddito di esercizio e del patrimonio

## CONTROLLO DI GESTIONE

- Economie di scala
- Importanza della gestione del magazzino e dei consumi
- I protocolli clinici e gli effetti sul management
- Indici di performance e benchmark di riferimento

- Centri di Profitto
- Centri di Costo
- Centri di Produzione
- Analisi marginale
- Quote di opportunità
- ROI e ROE Analysis
- Pianificare l'organizzazione del lavoro e dei tempi
- Il target costing
- Il listino delle prestazioni
- Analisi costi e margini di profitto
- Controllare e analizzare la redditività e gli incassi
- Misurare economicamente la Qualità Percepita dai pazienti
- Il listino delle prestazioni libero professionale e convenzionato
- Le convenzioni, analisi di marginalità

### COME SI COSTRUISCE IL PIANO DI MARKETING

- Marketing analitico
- Marketing strategico
- Marketing operativo
- Marketing motivazionale

### IL WELLNESS MARKETING

- La strategia competitiva

### PUBBLICITÀ VS INFORMAZIONE SANITARIA

- Punti di forza e minacce del marketing in sanità
- Il Marketing deontologico ed i "mediatori"
- La pubblicità sanitaria concessa
- Il contenzioso sulla pubblicità sanitaria

**Le 2 giornate seguenti  
costituiscono il PROGRAMMA  
"Practical Management"**

**10/2/2023**

### LA GESTIONE PRATICA EFFICIENTE DEI TRE CRITERI

- Criteri dell'accoglienza
- Criterio del tempo
- Criterio della motivazione

### LE PROCEDURE STANDARDIZZATE

- Codice Etico Aziendale
- Manuale Direttore Sanitario
- Manuale Amministratore
- Manuale Front Office
- Manuale ASO
- Protocollo Prima Visita
- Protocollo Consulenza Odontoiatrica
- Protocollo Customer Satisfaction
- Manuale del Consulente odontoiatra

### GESTIONE SOTTO CONTROLLO

#### ANALOGICA - Prima parte

- Chain Management: gestione delle dinamiche costi produzione incassi
- Gestione delle informazioni per ridurre il rischio di impresa. Recovery System
- Esempi pratici di "KPI" (Indici di performance) Key Performance Indicator

### GLI STRUMENTI ANALOGICI E DIGITALI DELLA COMUNICAZIONE

- Cartella clinica visiva
- Piano terapeutico contabile
- Libretto di mantenimento della terapia
- Tele videoconsulto
- Web App e App
- Questionario della Qualità Percepita
- Marketing automation "CommunicActions"®

**11/2/2023**

### GESTIONE SOTTO CONTROLLO ANALOGICA -

#### Seconda parte

- Simulazione sulla gestione dei costi e dei ricavi

### CASE HISTORIES

- Esempi ed errori da evitare
- Casi pratici di gestione
- Il paziente come referente attivo

**GESTIONE SOTTO  
CONTROLLO DIGITALE**

- Le analisi costi: volume e risultati. La break even analysis di una clinica odontoiatrica
- La soluzione degli automatismi con le piattaforme informatiche di management "Virtual Manager" e "One Controlling"
- Esempi pratici di analisi dei costi e su come ottimizzare la gestione

Consegna esclusiva come test ai partecipanti dello strumento manageriale "One Controlling" per l'analisi e la gestione dello Studio

## Lectio Magistralis

**Carlo Guastamacchia**

Dentista da più di 60 anni, con oltre 75.000 ore di lavoro alla poltrona, davanti al paziente e per il paziente. Ha scritto oltre 300 pubblicazioni ed ha tenuto oltre 300 Corsi e Conferenze in Italia ed in Europa, prevalentemente su temi di Prevenzione Ergonomia, Gestione dell'attività professionale. Ha scritto oltre 700 editoriali. Cultore e pioniere dell'informatica in odontoiatria.

## Docenti

• **Fabio Ancarani**

Professore ordinario di Marketing presso Alma Mater Studiorum, Università di Bologna e Direttore dell'Executive Master in Sales e Marketing di Bologna Business School. Autore di numerose pubblicazioni nazionali ed internazionali, ha recentemente coautorato la quattordicesima edizione italiana di uno dei manuali di marketing più diffusi al mondo, il Kotler, Keller, Ancarani, Costabile, "Marketing Management".  
(FOLLOW ME ON LINEDIN)

• **Andrea Facincani**

Consulente senior Minding Consulenza d'Impresa. Membro Consigliere GLG - Gerson Lehrman Group. Presente in contesti multinazionali, imprenditoriali e cooperativi. Ha ricoperto ruoli di crescente responsabilità fino a General Manager. Profondo conoscitore della gestione commerciale di reti distributive dirette ed in franchising.  
(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

• **Edoardo Toia**

Dottore in economia con laurea in economia aziendale conseguita presso l'Università Luigi Bocconi di Milano, iscritto all'albo dei consulenti finanziari, abilitato IVASS.Gia in UBS Italia spa, nel 2008 passa in Santander Private Banking Italia dove è private banker e consulente patrimoniale, contribuisce al processo di start up della banca in Italia. Dal 2011 al 2015 in Banca Cesare Ponti, piccola banca milanese specializzata nella gestione di grandi patrimoni. Nel 2016 passa a San Paolo Invest-Banca Fideuram, gruppo Intesa. Dal 2016 tiene incontri formativi sulla previdenza ad ordini professionali.  
(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

• **Gregorio Tortora**

Laureato in Odontoiatria presso l'Università di Napoli "Federico II" con il massimo dei voti. Si sta specializzando in Ortognatodonzia presso l'Università di Milano ed è tutor clinico presso l'Università Vita Salute San Raffaele di Milano. Collabora come consulente di Ortodonzia presso diversi Studi Dentisti in tutta Italia. Dirige la Smart Dental Clinic di Treviglio e questo lo rende il Direttore Medico più giovane del Gruppo San Donato.  
(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

• **Marco Scarpelli**

Laureato in medicina e chirurgia (Milano, 1982) Specialista in odontostomatologia (Milano, 1986) Medicina legale (Ord. Med. Mi prot.n 8419, 20.10.01). Coordinatore corso di perfezionamento in "Odontologia Forense" presso Istituto di Medicina Legale di Firenze (decreto rettorale 391 del 15.7.2003) membro GdL "Odontoiatria Legale" Ass. Naz. Dentisti Italiani (ANDI) membro GdL "Revisione delle Linee Guida CIC" Ass. Naz. Dentisti Italiani (ANDI) Socio A.M.L.A. (Associazione Medico Legale Ambrosiana). Membro del G.I.A.O.F. (Gruppo Italiano Antropologico e Odontologi Forensi) Rappresentante per l'Italia in IDEALS (International Dental Ethics And Law)

Society) Membro della "Commissione di Deontologia e Bioetica Medica" dell'Ordine dei Medici di Milano Membro della "Commissione paritetica Etica Ordine Università" Milano Membro del CNB (Comitato Nazionale di Bioetica). Libero professionista in Milano, si occupa prevalentemente di medicina legale odontoiatrica (iscritto dal 1989 all'albo dei Consulenti Tecnici del Giudice) e di comportamento nella professione. Relatore in convegni e nell'ambito di corsi di insegnamento universitari sugli argomenti citati, ha all'attivo numerosi testi e pubblicazioni nell'ambito di odontoiatria legale ed etica professionale.  
(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

- **Aurelio Gisco**

Ha ricoperto nel corso degli anni incarichi da senior executive in aziende operanti nel settore dentale, medicale ed healthcare. Professore a contratto di Economia Aziendale presso l'Università Vita e Salute San Raffaele, docente del master in Marketing presso BBS (Bologna Business School) e autore di libri e ricerche a livello internazionale. Da oltre 30 anni si occupa per passione di ricerca e formazione in collaborazione con le più prestigiose Università italiane ed americane nell'area Marketing-Vendite-Management.  
(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

- **Andrea Saba**

In qualità di Business Development Manager, membro della Direzione Centrale per le strategie di impresa del Gruppo Solidarmedica, specializzato in operazioni di M&A, start-up, organizzazione e management odontoiatrico.

In qualità di Development Manager, sviluppa strategie e opportunità socio-economiche per incrementare l'erogazione, efficienza e capillarità dei servizi. Esperto nell'elaborazione di modelli di business sanitario, definizione delle logiche di lavoro per un'efficiente gestione; pianificazione e attuazione delle strategie di marketing, sviluppo del business attraverso l'incremento delle attività esistenti e la ricerca di nuovi mercati; analisi della redditività e della soddisfazione dei pazienti, delle metriche di "benchmarking" del mercato e dei competitors.  
(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

- **Edoardo Colla**

Ha maturato esperienze pluriennali in primari studi legali milanesi. Vanta competenze specialistiche nell'ambito di operazioni societarie straordinarie,

acquisizioni di partecipazioni sociali e aziende, contrattualistica commerciale e in relazione a tutti i profili di diritto societario e commerciale. Ha altresì maturato una significativa esperienza nell'assistenza legale correlata a progetti di trasmissione gene razionale di patrimoni e imprese familiari. È co-autore della monografia "Operazioni Straordinarie cessione e affitto di azienda" per la casa editrice Il Sole 24 Ore ed ha collaborato all'aggiornamento per la riedizione del libro "Operazioni Straordinarie" edita dal Gruppo 24 Ore.  
(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

- **Antonio Pelliccia**

Coordinatore del Post Graduate e Professore a contratto in Economia Aziendale Università Vita Salute San Raffaele Milano. Professore a contratto in Gestione dei Processi Decisionali Università Cattolica del Sacro Cuore Roma Policlinico Agostino Gemelli.

Consulente di direzione per le strategie d'impresa e per la gestione strategica delle risorse umane. Autore di 4 libri di economia e marketing su management, marketing e organizzazione in odontoiatria. Relatore nazionale ed internazionale.

Scrivo su riviste specializzate del settore e Sole 24 Ore Sanità. Fondatore e Direttore di Arianto la società leader in sanità, che da 27 anni svolge attività di informazione, formazione e consulenza di Marketing e di management, in particolare in odontoiatria.  
(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

- **Vincenzo Russo**

Membro del comitato scientifico di Expo 2015. Capo dell'Area "Society and Health" Fondazione IULM e Direttore del laboratorio di Neuroscienze. Vicerettore della IULM University di Feltre. Professore di Consumer Psychology alla IULM University di Milano. Direttore scientifico del Centro di Ricerca di Neuromarketing BEHAVIOR and BRAIN LAB IULM ha diretto progetti di ricerca nazionali sui temi riguardanti il rapporto tra emozioni, decisioni e comportamenti di consumo CoAutore di uno dei più utilizzati manuali di Psicologia dei Consumi (MCGRAW-HILL).  
(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

- **Matteo Vasti**

Laureato nel 2009 in Giurisprudenza. Dal 2010 lavora come sistemista informatico, dal 2015 si specializza in siti web e web marketing. Collabora con il prof. Antonio Pelliccia dal 2012. Relatore presso il Corso Pratico Annuale del prof. Antonio Pelliccia, nel 2018 e 2019, presso il Post Graduate e Congresso SIDO a Roma nel 2019.

- **Fabio Tosolin**

Fabio Tosolin ha introdotto in Italia i principi scientifici del Management e del Marketing per lo studio odontoiatrico. Autore con C. Guastamacchia del testo Gestione dalla Pratica professionale odontoiatrica: comunicazione, management, ergonomia, marketing, ha diffuso in occasione di congressi, corsi, seminari i principi della Scienza del Comportamento applicata all'odontoiatria.

È stato docente presso il dipartimento di Odontoiatria della Facoltà di Medicina di Milano, la scuola di Ortodonzia di G. Siciliani e di Odontoiatria Forense di Foggia.

Ha condotto numerose ricerche sperimentali e guidato il progetto di ricerca del Ministero della Salute sui processi di Behavioral Safety sulla riduzione del rischio clinico presso l'Ospedale Galeazzi di Milano e il Centro di Riferimento Oncologico di Aviano.

Ha guidato il gruppo di studi per le linee guida sulla compliance del paziente alla terapia parodontale di sostegno della SIdP e, affiancato da grandi odontoiatri, ha stilato nel 2017, per il Ministero della Salute, le Raccomandazioni Cliniche in Odontostomatologia.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

- **Umberto Terzuolo**

Dottore Commercialista e Revisore Contabile dal 2007. Oltre a una decennale esperienza in ambito tributario e di bilancio, pianificazione strategica e di accertamento tributario. Sindaco in diverse società del settore industriale. Specializzato nel settore dentale, pubblica mensilmente articoli su DoctorOs ed è pubblicitista su Odontoiatria33 e AIO News.

Collabora stabilmente con primarie riviste specialistiche in ambito tributario contabile e con enti di formazione nazionali per Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili.

È Vicepresidente e socio fondatore dell'Associazione Scientifica multidisciplinare BusinessJus.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

- **Alessandro Terzuolo**

Dottore Commercialista e Revisore Contabile dal 2010. Collabora stabilmente con il Dipartimento di Management dell'Università degli Studi di Torino.

È stato Professore a contratto per l'anno 2013/2014 in Diritto Tributario Internazionale e Comunitario, nel corso di Laurea Magistrale di Finanza Aziendale

e Mercati finanziari presso la Facoltà di Management dell'Università degli Studi di Torino, dove è anche Cultore della materia di Diritto Tributario.

È specializzato in diritto tributario nazionale e internazionale, diritto societario e si occupa da diversi anni di trust e strumenti di protezione del patrimonio.

Si occupa anche di pianificazione strategica, operazioni straordinarie e di contenzioso tributario. È specializzato nel settore dentale.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

- **Mario Cappellin**

Laureato in Odontoiatria e Protesi dentaria all'Università degli Studi di Torino.

Relatore su Radiologia Dentale, Implantoprotesi e Chirurgia guidata.

Nel 2010 ha fondato e attualmente dirige una clinica dentale con sedi a Pinerolo e Torino.

Docente dal 2018 al Postgraduate in Management e Marketing in Odontoiatria dell'Università Vita - Salute San Raffaele.

Nel 2020 ha pubblicato con Arianto - Edizioni Mediche il libro "Comunicazione Empatica, Etica ed Efficace - La chiave del successo in Odontoiatria".

Dal 2022 professore a.c. presso il CdL in Odontoiatria (Ergonomia e discipline odontoiatriche) e in Igiene Dentale (Economia e Organizzazione Aziendale) dell'Università di Modena e Reggio Emilia.

# Info e Iscrizioni

Per l'attivazione dell'iter di iscrizione al Post Graduate di Management e Marketing compila il form al seguente link:

**[www.arianto.it/post-graduate-management-marketing-odontoiatria](http://www.arianto.it/post-graduate-management-marketing-odontoiatria)**

---

Per maggiori informazioni scrivi una mail a:

**SEGRETERIA ARIANTO**

**info@arianto.it**

O invia un whatsapp al seguente numero **351 2385825**

La Segreteria provvederà a fornire tutte le indicazioni necessarie.

Le iscrizioni verranno registrate in base all'ordine di arrivo e di pagamento della prima rata di acconto dell'iscrizione, fino al raggiungimento dei posti disponibili.

Sarà data priorità alle iscrizioni "Full Immersion"

## SEDE DEL CORSO

Università Vita e Salute San Raffaele Via Olgettina, 58, Milano

## ORARIO

9.00 - 18.00 - Inclusi break

**Quota di partecipazione "FULL IMMERSION"**

*4 week end*

*Quota agevolata per il 2° partecipante dello stesso team*

**Quota di partecipazione "PRACTICAL MANAGEMENT"**

*1 week end 10/11 febbraio 2023*