



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

VI EDIZIONE

Ottobre 2021 - Gennaio 2022

Università Vita e Salute
Ospedale San Raffaele, Milano HSR



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

Il nuovo paradigma

Presentazione del corso del cambiamento di passo

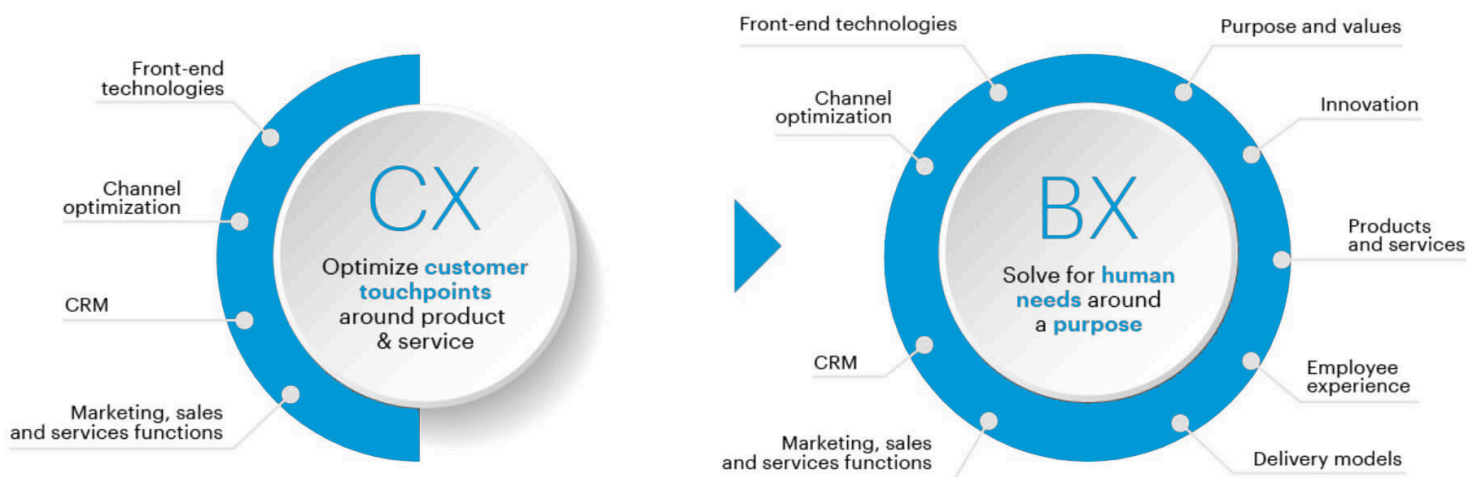
Il 2021 segna una data importante, perché avviamo questa VI edizione del Post Graduate in un panorama strategico e competitivo che non ha eguali, perché si svolge dopo il Covid e da qui partiamo per approfondire il cambiamento dei processi decisionali dei pazienti, della digitalizzazione, della comunicazione, della gestione economica e delle risorse umane.

Crescere: una questione di esperienza

Quasi tutto ciò che facciamo, i nostri acquisti e quello che compriamo, come e dove lavoriamo e come interagiamo con gli altri, è stato stravolto dagli eventi che hanno colpito il mondo nel 2020. I cambiamenti dei modelli di consumo che vediamo oggi non saranno fenomeni momentanei. È probabile che rimarranno con noi per molto tempo, alcuni forse per sempre. Certo erano in corso già da anni e molti hanno subito un'accelerazione a causa della pandemia di COVID-19.

In questo momento è in corso una rinascita dell'experience, che sta galvanizzando la gestione del management e del marketing in odontoiatria, per andare oltre la filosofia della gestione tradizionale dello studio dentistico ed organizzare l'intera attività attorno all'offerta di esperienze eccezionali. Queste esperienze devono rispondere a nuovi bisogni dei consumatori/pazienti, spesso insoddisfatti e in costante mutamento, utilizzatori di internet e social media. Serve una formazione specifica per consentire agli odontoiatri di raggiungere i risultati desiderati. Il Business of Experience è il punto focale di questo Post Graduate 2021.

Questa edizione rappresenta un'evoluzione, è un approccio olistico che consente alle organizzazioni degli Studi dentistici di diventare customer-obsessed e far ripartire la crescita. Mentre la corretta gestione in passato era solo prerogativa di una buona organizzazione, di una efficace comunicazione e di una qualità clinica replicabile, oggi la Business Experience entra nell'agenda delle priorità, perché 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 2021 del Post Graduate di Management e Marketing rappresenterà 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 sia agli odontoiatri, sia ai collaboratori, ai i loro team ed a chi ha deciso di investire nel settore nel prossimo futuro.

Si può scegliere di partecipare al percorso completo "Full immersion" o solo al modulo "Practical".

A "Full immersion": È il percorso di eccellenza che prevede la frequenza al corso completo che si svolge in quattro week end di venerdì-sabato. Saranno svolti tutti i temi specifici di approfondimento con i più esperti professionisti del settore e con docenti selezionati per esperienza e didattica per raggiungere gli obiettivi formativi previsti;

B "Practical": Questo secondo percorso è un'altra novità di quest'anno e prevede la sola frequenza all'ultimo modulo, ma aggiungendo anche il giovedì, così da ottenere tre giorni (giovedì, venerdì e sabato) "full immersion" dedicati integralmente alla formazione pratica ed esclusivamente centrata all'operatività, con esempi di Case History, soluzioni applicate e strategie di successo professionale.

Il Post Graduate di Management e Marketing 2021 vuole fornire le risposte alle domande sulle opportunità che bisogna sapere e voler cogliere oggi per impostare il futuro, perché solo l'innovazione riesce a gestire un mondo suscettibile dei cambiamenti. Per costruire oggi il tuo futuro ispirandoti ai tuoi ideali ed alle esigenze di un mercato in continua evoluzione ti invitiamo a partecipare all'intero percorso, ma puoi scegliere la formula che più preferisci opzionando A o B.

Prefazione

L'attività odontoiatrica ha bisogno di un management capace di orientare i comportamenti di tutti gli operatori verso il raggiungimento di risultati efficaci, efficienti e in grado di soddisfare le aspettative degli utenti. È il management oggi a giocare un ruolo determinante per la realizzazione di risultati di qualità. È il management oggi a dover innovare, generando le condizioni ottimali affinché i professionisti e gli operatori siano coinvolti in politiche motivanti. La tensione economica di questi anni, la forte competitività, la ricerca della riorganizzazione dei servizi odontoiatrici, la generazione di nuove modalità di erogazione delle prestazioni vede il management attore determinante per la sostenibilità dei servizi odontoiatrici.

Il **management odontoiatrico** è caratterizzato da:

- **Capacità organizzative, processi decisionali di organizzazione**
- **Concretezza nella programmazione**
- **Capacità di motivare i collaboratori e sviluppare performance**

Le attuali spinte all'innovazione e razionalizzazione dei servizi odontoiatrici necessitano sempre più di sofisticati modelli di analisi della domanda e modelli qualitativi di offerta, oltreché di una profonda riconsiderazione delle soluzioni di service management per garantire equità, accessibilità, efficienza e appropriatezza in tutte le aree dell'assistenza odontoiatrica.

Nell'attuale scenario economico e di mercato, caratterizzato da competitività e necessità di maggiori competenze manageriali, diventa determinante ed indispensabile selezionare, valutare, gestire e sviluppare soluzioni in modo sempre più efficace, attraverso percorsi formativi mirati e ben progettati.

Le trasformazioni organizzative e culturali che stanno avvenendo all'interno del settore odontoiatrico evidenziano da una parte il continuo sforzo di adattamento alle mutazioni del mercato, dall'altra le criticità a diversi livelli della dimensione gestionale amministrativa come di quelle relazionali e trasversali. Se da un lato, infatti, vengono richieste sempre più frequentemente competenze clinico-tecnico-scientifiche all'avanguardia, sul versante del management è richiesto lo sviluppo di un portfolio di competenze relazionali e trasversali altrettanto diversificato e ricco.

*Il Rettore dell'Università Vita Salute e Direttore del Dipartimento di Odontoiatria
Ospedale San Raffaele Prof. Enrico Gherlone*

Prefazione

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

“L'assunzione di un incarico così stimolante mi ha indotto a realizzare un corso dall'ampio respiro manageriale ed organizzativo, strutturato con modalità didattiche nuove e centrato sulle necessità di chi deve costantemente prendere decisioni a brevemedio e lungo termine per la gestione e lo sviluppo dell'attività odontoiatrica organizzata in forma d'impresa, in associazione professionale, societaria tra professionisti, o libero professionista. La formazione, negli ultimi anni, ha intrapreso nuove vie ed è approdata a nuovi risvolti, cambiando metodi e contenuti. Da una visione tradizionale che vedeva l'apprendimento come un passaggio di mere conoscenze, si è oggi approdati ad una visione “costruzionista”, personalizzata e misurabile, dove si apprende con l'esperienza e l'integrazione delle professionalità dei docenti, attraverso il confronto e lo scambio, di un percorso di vita umana e professionale.

Obiettivo primario 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 fornire e sviluppare le competenze necessarie per la gestione ottimale dei ruoli (funzioni) di responsabilità.

I valori costituenti del progetto saranno le parole d'ordine dell'operatività quotidiana:

- **Cambiamento**
- **Confronto > momenti di condivisione > Networking**
- **Crescita**
- **Misurazione e Controllo**

Il Cambiamento non vuole essere meramente un titolo, una parola, un modo di dire, bensì una sfida per affrontare un modo diverso di concepire l'operatività, fondandola innanzitutto su valori morali ed etici, che implementano gli stimoli innovativi, attraverso il confronto con chi già opera all'interno delle realtà e ogni giorno ha modo di adoperarsi per superare le difficoltà, risolvere problematiche tipiche della gestione e agevolare lo sviluppo oggi sempre più competitivo nel settore.”

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

Obiettivi del corso

- 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.
- Sperimentazione di nuovi paradigmi di azione per creare competenze gestionali e per lo sviluppo personale dei collaboratori.
- 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.
- Fornire a tutti gradi di consapevolezza di tutte le fasi della operatività: dalla promozione alla gestione dei servizi nonché a tutti i comparti dell'organizzazione.
- Offrire una completa 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.
- 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.
- 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.

Obiettivi

Finalità

La finalità del corso è di essere pratico e di fornire strumenti operativi concreti.

Il corso affronta il tema del management e del marketing nel settore odontoiatrico, introducendo metodi e modelli di controllo, per l'equipe e per i pazienti in modo che ogni azione sia sempre misurabile e concreta.

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.

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).

Struttura e metodologia didattica, destinatari e strumenti

La formazione manageriale non necessita solo di una didattica tradizionale basata su lezioni frontali. Lo sviluppo di competenze manageriali si realizza anche attraverso un diretto coinvolgimento dei partecipanti. Per questo motivo, workshop e simulazioni sono preparati "ad hoc" per il programma e presentati e discussi in modo approfondito anche con gli interlocutori che hanno vissuto l'esperienza. La caratteristica di questo programma, oltre ad essere nel tempo sempre rinnovato ed aggiornato, è quella di rappresentare quasi una "consulenza" manageriale: economica e di marketing, organizzativa e comunicazionale.

Questo corso è il livello più elevato di formazione gestionale ed imprenditoriale, grazie anche al gruppo di docenti che vi collabora, tutti esperti che si sono specializzati nell'ambito dell'organizzazione aziendale del sistema odontoiatrico con molti anni di attività diretta. Tutti docenti con esperienza ed alcuni anche con attività di ricerca in Università.

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 manageriale/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.

Parte speciale del Corso

Modulo Post COVID - Che analizza e definisce le prospettive strategiche ed il vantaggio competitivo di un mercato che non sarà mai più come prima.

Role Playing - Teoria e pratica a confronto.

- Ad ogni lezione saranno abbinati uno o più strumenti didattici.
- Consegna foglio elettronico, esercitazioni e dispense (libri, manuali, protocolli).
- Ogni giornata inizierà alle ore 9:00 e terminerà alle ore 18:00.

Programma Full immersion

Inaugurazione

22/10/2021

Prevede tutti i 9 moduli
e la Parte speciale Post Covid

Lecito Magistralis

Prof. Carlo Guastamacchia

I MODULO - 22/10/2021

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

II MODULO - 23/10/2021

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,... You Tube, 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

III MODULO - 19/11/2021

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 redistribuire 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

IV MODULO - 20/11/2021

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
- ROE Analysis

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

V MODULO - 10/12/2021

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 Analysis
- ROE Analysis
- Pianificare l'organizzazione del lavoro e dei tempi
- Il target costing
- Il listino delle prestazioni
- Controllare i costi e analizzare i margini di profitti
- 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

VI MODULO - 11/12/2021

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

I prossimi tre moduli costituiscono
il **PROGRAMMA “Practical”**

VII MODULO - 13/01/2022

LA GESTIONE PRATICA EFFICIENTE DEI TRE CRITERI

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

IGIENISTA LEADER MOTIVATOR

- Protocolli operativi di fidelizzazione di igiene
- La più efficace strategia per fidelizzare i pazienti ai richiami di igiene

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) Hey Performance Indicators
- Simulazione sulla gestione dei costi e dei ricavi

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

VIII MODULO - 14/01/2022

IL FLUSSO DIGITALE

- Il flusso digitale come approccio alla professione.
- Costruire un digital team efficiente e di sicuro successo.
- Esempi pratici di strategie vincenti nel marketing digitale applicato

CASE HISTORIES

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

GESTIONE SOTTO CONTROLLO

DIGITALE - Seconda parte

- Le analisi costi: volume e risultati. La break even analysis di una clinica odontoiatrica
- esempi pratici di analisi dei costi e su come ottimizzare la gestione
- La soluzione degli automatismi con le piattaforme informatiche di management “Virtual Manager”® e di marketing automation “CommunicActions”®

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

PARTE SPECIALE**MODULO STRATEGICO POST COVID**

- Analisi e definizione delle prospettive strategiche funzionali al vantaggio competitivo di un mercato che non sarà mai più come prima

Consegna degli strumenti di analisi e controllo gestionale**Test di apprendimento****Case History****CONSEGNA DEI DIPLOMI**

Docenti

• Marco Mapelli

Marco Mapelli nasce a Milano il 01/01/1954. Si laurea nel 1978 presso la Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano. Iscritto dal 1981 all'Albo dell'Ordine degli Architetti di Milano. Iscritto dal 2005 all'Albo dell'Ordine degli Architetti di Monza e Brianza. Nella sua attività professionale si occupa prevalentemente della progettazione di strutture sanitarie a carattere privato. Relatore in vari congressi a tema specifico. Relatore in corsi o master presso le Facoltà di odontoiatria delle Università di Brescia, Milano, Parma e Firenze. Autore di articoli su riviste di settore. Autore di una pubblicazione dal titolo "Aprire uno studio odontoiatrico" edizioni Ariesdue anno 2001. (FOLLOW ME ON LINKEDIN)

• 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 coautariato la quattordicesima edizione italiana di uno dei manuali di marketing più diffusi al mondo, il Kotler, Keller, Ancarani, Costabile, "Marketing Management". (FOLLOW ME ON LINKEDIN)

• Andrea Facincani

Consulente senior Minding Consulenza d'Impresa. Membro Consigliere GLG - Gerson Lehrman Group. Presente in contesti multinazionali, imprenditoriali - 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. Già 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)

• 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 Antropologi 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) stampa 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. Svolge attività continuativa come relatore in convegni e nell'ambito di corsi di insegnamento universitari sugli argomenti citati ed ha all'attivo numerosi testi e pubblicazioni nell'ambito di odontoiatria legale ed etica professionale.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

• **Aurelio Gisco**

Ha riscoperto nel corso degli anni incarichi da senior executive in aziende operanti nel settore dentale, medicale ed healthcare. È 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 trent'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 è un membro della Direzione Centrale per le strategie di impresa del Gruppo Solidarmedica S.p.A., specializzato in operazioni di M&A, start-up, organizzazione e management odontoiatrico. In qualità di Development Manager sviluppa strategie e nuove opportunità socio-economiche per incrementare l'erogazione dei servizi e garantire efficienza e capillarità. Esperto nella elaborazione di modelli di business sanitario, definizione delle logiche/modalità di lavoro per una efficiente gestione; pianificazione e attuazione dei piani di azione e strategie di marketing, sviluppo del business, sia attraverso il mantenimento e l'incremento delle attività esistenti sui mercati attivi, sia attraverso la ricerca di nuovi mercati; analisi della redditività e della soddisfazione dei pazienti; analisi delle metriche di "benchmarking" dei mercati di riferimento e dei maggiori competitors.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

• **Edoardo Colla**

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 generale, 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 generazionale 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 quattro libri di economia e marketing su management, marketing e organizzazione in odontoiatria. Relatore nazionale ed internazionale. Scrive 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)

• **Michele Cassetta**

Laureato nel 1989 in Medicina e Chirurgia, esercita la libera professione odontoiatrica. Responsabile della Dental Unit della Clinica Privata Villalba a Bologna e del Mangioni Hospital di Lecco. Già docente di "Comunicazione Medico-Paziente" presso la Facoltà di Medicina e Chirurgia dell'Università degli Studi di Bologna. Componente dell'Area Strategica Comunicazione della FNOMCeO Nazionale. Autore di numerosi progetti di divulgazione sanitaria e di libri e articoli sulla comunicazione. Relatore a Corsi e speaker e chairman in numerosi eventi culturali e divulgativi. Giornalista scientifico, autore e conduttore di podcast, programmi radiofonici e televisivi di informazione sanitaria. Autore e interprete di testi teatrali sulle neuroscienze, che porta in scena con il musicista jazz Gianluca Petrella.

(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 Co-Autore di uno dei più utilizzati manuali di Psicologia dei Consumi (MCGRAW-HILL).

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

• **Salvatore Martire**

Salvatore Martire è laureato in Economia Aziendale e Management e controllo d'Impresa. Imprenditore, libero professionista, General Manager di diverse aziende italiane, lavora come consulente Marketing e aziendale per le strategie d'impresa finalizzate all'incremento del fatturato e l'ottimizzazione delle risorse economiche. Specializzato in pianificazione di strategia, comunicazione e marketing ed esperto in developing e Marketing Automation. Attualmente è CFO di Okla Srl, di cui è anche il fondatore, Web Agency di Bologna. In passato è stato il Direttore Marketing e Web Marketing Specialist di diverse società.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

• **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. E' 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)

• **Cappellin Mario**

Ha ottenuto con il massimo dei voti, lode e dignità di stampa la Laurea in Odontoiatria e Protesi dentaria all'Università degli Studi di Torino. Nel 2010 ha fondato e attualmente dirige la clinica dentale di proprietà a Pinerolo (TO). La struttura si è distinta per l'alto contenuto tecnologico, recentemente la gestione del flusso di lavoro è interamente digitale. Summa cum laude il Master in Bioetica. Ha studiato Organo e Composizione al Conservatorio di Cuneo, apprezzato direttore d'orchestra. È stato insignito dal Rotary Club International della Paul Harris Fellow e due volte dal Lions Club International della Melvin Jones Fellowship.

(FOLLOW ME ON LINKEDIN)

• **Davis Cussotto**

Laurea in medicina e chirurgia presso l'Università degli studi di Torino nel 1985. Odontoiatra libero professionista in Asti. Master di primo livello "Salute orale nelle comunità svantaggiate e nei paesi in via

di sviluppo" presso UNITO nel 2014/2015. master di secondo livello "Applicazioni cliniche della Mindfulness formazione per conduttori" presso UITO con tesi su "Valutazione dei livelli di stress di un team dentale prima e dopo un percorso di MBI" nel 2016/2018. Master Practitioner in PNL presso Unicomunicazione nel 2019. Giornalista pubblicista (Odontoiatria 33, Il dentale e Dental Cadmos). Saggista. autore con J. Matteucci del libro: Digital marketing per odontoiatri, Edra Milano 2017. Autore con E. Leonardi del libro: Il passa parola per un Dental team di successo, Edra Milano 2018. Coautore con C. Mariani del libro: Il preventivo dello studio odontoiatrico, Edra Milano 2015. Relatore sui temi di comunicazione, gestione Digital Dentistry in eventi ANDI, CAO, Unidi per odontoiatri e personale di studio.

(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 pubblicista 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 Vice Presidente 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)

Info e iscrizioni

Per l'attivazione dell'iter di iscrizione al Post Graduate si chiede la gentilezza di inviare una mail alla:

SEGRETERIA ARIANTO

info@arianto.it

Avente come oggetto:

Post Graduate MANAGEMENT E MARKETING IN ODONTOIATRIA - Opzione A / Opzione B

MARKETING IN ODONTOIATRIA

La Segreteria provvederà a fornire tutte le indicazioni necessarie ai fini dell'iscrizione. 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.

SEDE DEL CORSO

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

ORARIO

9.00 - 18.00 - Inclusi break

Pagamento rateale opzione A

"Full immersion" 4 week end - 4.000 € + iva

1 rata iscrizione pari al 40% dell'importo (€ 1.600 + I.V.A. entro 30 settembre 2021)

2 rata iscrizione pari al 30% dell'importo (€ 1.200 + I.V.A. entro il 15 novembre 2021)

3 rata pari al 30% dell'importo (€ 1.200 + I.V.A. entro il 31 dicembre 2021)

Pagamento rateale opzione B

"Practical" 13/14/15 gennaio 2022 - 1.800 € + iva

1 rata pari al 50% dell'importo (€ 900 + I.V.A. entro il 30 novembre 2021)

2 rata pari al 50% dell'importo (€ 900 + I.V.A. entro il 31 dicembre 2021)



**RICHIEDI
MAGGIORI INFORMAZIONI**

Iscrizioni

**RICHIEDI
MAGGIORI INFORMAZIONI**

