

Attività formativa:	ACQUISIZIONE DI CAPACITA' GESTIONALI E RELAZIONALI
Modulo didattico:	
CFU	4
Ore	32
Tipo	Lezioni frontali
Obiettivi formativi	<p>Al termine del corso lo studente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - acquisisce gli elementi di base fondamentali dell'organizzazione aziendale; – sa valutare l'impatto economico delle decisioni aziendali; – sa orientarsi nella lettura e nell'interpretazione del bilancio d'esercizio; - possiede le corrette capacità relazionali nella gestione dell'utenza della Farmacia; – è consapevole delle attitudini personali e di come esse impattano nelle relazioni all'interno di – possiede gli elementi di base del marketing.

TEMATICA			
Tema	Obiettivo	Ore complessive di ciascun Tema	Ordine cronologico degli Argomenti
Introduzione allo studio	Lo studente conosce l'organizzazione dell'insegnamento, gli argomenti di studio e le modalità d'esame.	0,5	1
L'azienda farmacia e l'economia aziendale	Lo studente prende confidenza con gli strumenti della corretta managerialità della gestione di una piccola impresa e sviluppa il giusto senso critico al riguardo dei fattori che potranno incidere sul futuro della farmacia.	6,5	2
			3
			4
			5

La comunicazione interpersonale e aziendale	Lo studente comprende il valore dei propri atteggiamenti nell'impostare una corretta comunicazione sia all'interno del gruppo di lavoro che con il cliente. Lo studente apprende gli elementi di base della vendita e del marketing finalizzati a migliorare la relazione tra farmacia e territorio.	12	6
			7
			8
			9
La gestione economico- finanziaria della	Lo studente riesce a identificare i fattori gestionali da monitorare a garanzia dello stato di salute dell'azienda-	11	10
			11

farmacia	farmacia.		12
			13
PROVA IN ITINERE SUGLI			

un team di lavoro;

LEZIONI

CONTENUTI

Presentazione del programma. Modalità di verifica dell'apprendimento e regole per le prove d'esame. Presentazione dei testi consigliati e del materiale delle lezioni predisposto dal docente, disponibile sulla piattaforma web dedicata.

Di cosa si occupa l'economia aziendale? Ambiti e terminologia di base necessaria per orientarsi tra i vari significati e contenuti della disciplina.

La farmacia, tra professione e impresa: cosa contraddistingue le due specifiche attività e quali sono i rispettivi obiettivi.

Elementi di organizzazione aziendale: visione, obiettivi, organigramma, mansionario.

Prospettive e scenari: elementi per delineare il possibile futuro della farmacia tra liberalizzazioni, catene, offerta commerciale e servizi.

Perché la farmacia deve saper comunicare: ambiti e significati della comunicazione.

La potenza degli atteggiamenti personali: come comunichiamo con noi stessi ci aiuta a comprendere come migliorare la comunicazione con gli altri.

Come sviluppare buone relazioni con la clientela: la comunicazione one-to-one e la vendita.

La comunicazione one-to-all: elementi di marketing aziendale.

L'analisi e l'equilibrio economico della farmacia. Il conto economico: costi e ricavi. Il calcolo dei margini e del punto di pareggio. Esempi e casi pratici.

L'analisi e l'equilibrio finanziario della farmacia. Lo stato patrimoniale e i flussi finanziari. Esempi e casi pratici.

Il patrimonio netto e la capitalizzazione della farmacia.

Le politiche d'acquisto, la gestione del magazzino e gli indici di rotazione. Esempi e casi pratici.

[ARGOMENTI TRATTATI

[illegible]

Durata (ore) di ciascun contenuto
0,5
1,5
1
2
2

2
2
4
4
4
4

1
2
2

