

Percorso di Formazione per Ricercatori di Mercato Settore Farmaceutico

PERCORSO BASE
Milano, 25-28 Giugno 2007

1° giorno Lunedì 25 Giugno

h. 10.00-10.30	Apertura del corso Franco Giacomazzi , Presidente AISM	
h. 10.30-13.00	Il ruolo del ricercatore di mercato; il potere delle informazioni; le richieste del top management. (L'etica del lavoro e il valore della conoscenza)	Giovanni B. Colombo
h. 13.00-14.00	<i>Colazione di lavoro</i>	
h. 14.00-17.30	Il ciclo di vita dei prodotti e delle ricerche. (Pre-lancio, lancio e post-lancio). Gli studi multi client, gli studi continuativi, gli studi ad hoc.	Giuseppe Venturelli

2° giorno Martedì 26 Giugno

h. 09.00 –13.00	La sintesi delle informazioni (i report interni, il lavoro nei team di marketing, le sintesi, i commenti e le raccomandazioni, etc.).	Marco Bettinelli
h. 13.00 –14.00	<i>Colazione di lavoro</i>	
h. 14.00-18.00	Il recupero delle informazioni. (Istat, IMS, Abacam, Studi di Scenario, ad hoc. Come utilizzare i dati esistenti e come reperire informazioni ad hoc).	Alfredo Zambonini

3° giorno Mercoledì 27 Giugno

h. 09.00-13.00	Regulatory: L'AIC, le agenzie europee e nazionali, i percorsi, i documenti, i tempi per l'Autorizzazione in Commercio dei farmaci.	Enrico Bosone
h. 13.00-14.00	<i>Colazione di lavoro</i>	
h. 14.00-18.00	Le ricerche quantitative. (Il campione, la significatività, le tecniche di rilevazione, il questionario, nozioni base dell'elaborazione dati, lettura dei risultati)	Silvia Lavi

4° giorno Giovedì 28 Giugno

h. 09.00- 13.00	Le ricerche qualitative. (Focus group, interviste in profondità, il campione, la compatibilità dei target, la traccia, la corretta conduzione, l'analisi e la sintesi)	Paola Parenti
h. 13.00-14.00	<i>Colazione di lavoro</i>	
h. 14.00-17.00	Considerazioni Finali (casi di specie, ecc.).	Giuseppe Venturelli

Previsti coffee break a metà mattino e pomeriggio