

**PERCORSO AVANZATO  
(2 giorni + 2 giorni)  
7-8 & e 14-15 Giugno 2011  
Milano, sede AISM Via Olmetto 3**

**Martedì 7 Giugno**

h. 10.00 -10,30	Apertura del corso	<b>Giuseppe Venturelli</b>
h. 10.30-13.00	Il Marketing dalla A alla Z: strategia in azione.	<b>Fausto Volontè</b>
h. 13.00-14.00	Colazione di lavoro	
h. 14.00-18.00	L'utilità delle ricerche e l'applicazione delle strategie di Marketing attraverso la comunicazione e le altre leve del marketing mix.	<b>Maurizio Mioli</b>

**Mercoledì 8 Giugno**

h. 09.00-13.00	Elaborazioni avanzate: analisi delle corrispondenze, analisi fattoriale, analisi discriminate, conjoint analysis.	<b>Maurizio Tacchino</b>
h. 13.00-14.00	Colazione di lavoro	
h. 14.00-18.00	La semiotica: gerarchia, coerenza e razionalizzazione degli argomenti della comunicazione.	<b>Andrea Bellavita</b>

**Martedì 14 Giugno**

h. 09.00-13.00	Elementi di segmentazione, di targeting e di Field Force Effectiveness (quali casi, quali i successi e quali i fallimenti, perché, quando e come impostare la targettizzazione, come controllare i risultati, etc.).	<b>Arnaldo Scarrone</b>
h. 13.00-14.00	Colazione di lavoro	
h. 14.00-18.00	Gli strumenti di forecasting.	<b>Paolo Mariani</b>

**Mercoledì 15 Giugno**

h. 09.00-13.00	Ipotizziamo e impariamo a gestire lo scenario futuro del settore farmaceutico e delle ricerche di mercato.	<b>Gadi Schönheit</b>
h. 13.00-14.00	Colazione di lavoro	
h. 14.00-17.00	La regionalizzazione della sanità. L'organizzazione delle aziende ospedaliere, delle ASL e le tendenze per il futuro del mercato del farmaco nell'ambito "pubblico".	<b>Mauro Marabini</b>

**Previsti coffee break a metà mattino e pomeriggio**