



# CORSO MARKETING FARMACEUTICO **2025**

---

**28 OTTOBRE 2025**

**1° Modulo**

**Market Access  
Digital Marketing**

**29 OTTOBRE 2025**

**2° Modulo**

**Marketing Management  
Sales Force Effectiveness**

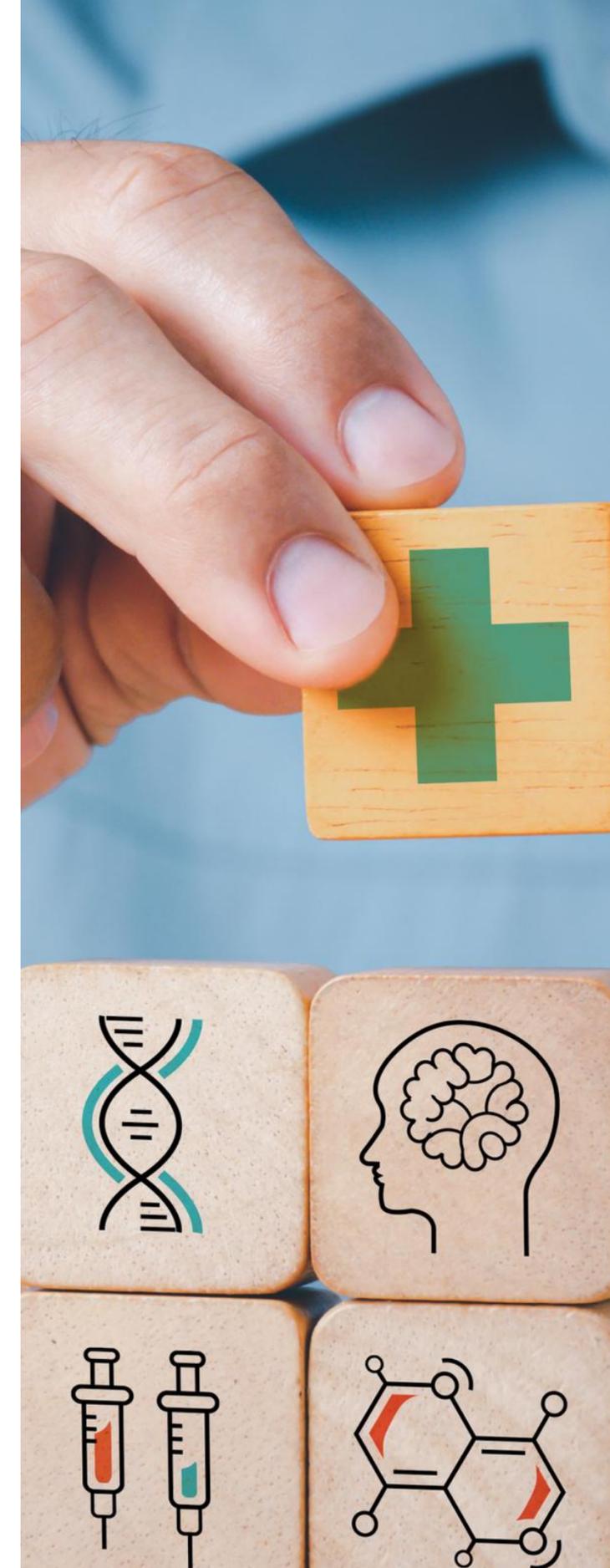
# Presentazione

---

Nell'attuale scenario della salute, caratterizzato da domanda di cure e offerta di strumenti terapeutici in rapida evoluzione, AISM si propone come un riferimento indipendente, aggiornato e fortemente motivato a diffondere la cultura del marketing nel mondo delle imprese farmaceutiche, nutraceutiche, dei medical device e delle digital therapies.

Basandosi su un network professionale ampio e dinamico, AISM approccia le attività di formazione con una *faculty* di solida esperienza accademica e professionale.

I docenti, manager, consulenti o insegnanti universitari, rappresentano la sintesi di una robusta conoscenza della teoria e di decenni di pratica in ruoli di primo piano nelle rispettive realtà professionali.



# Presentazione

---

## OBIETTIVI E ARTICOLAZIONE DEL CORSO

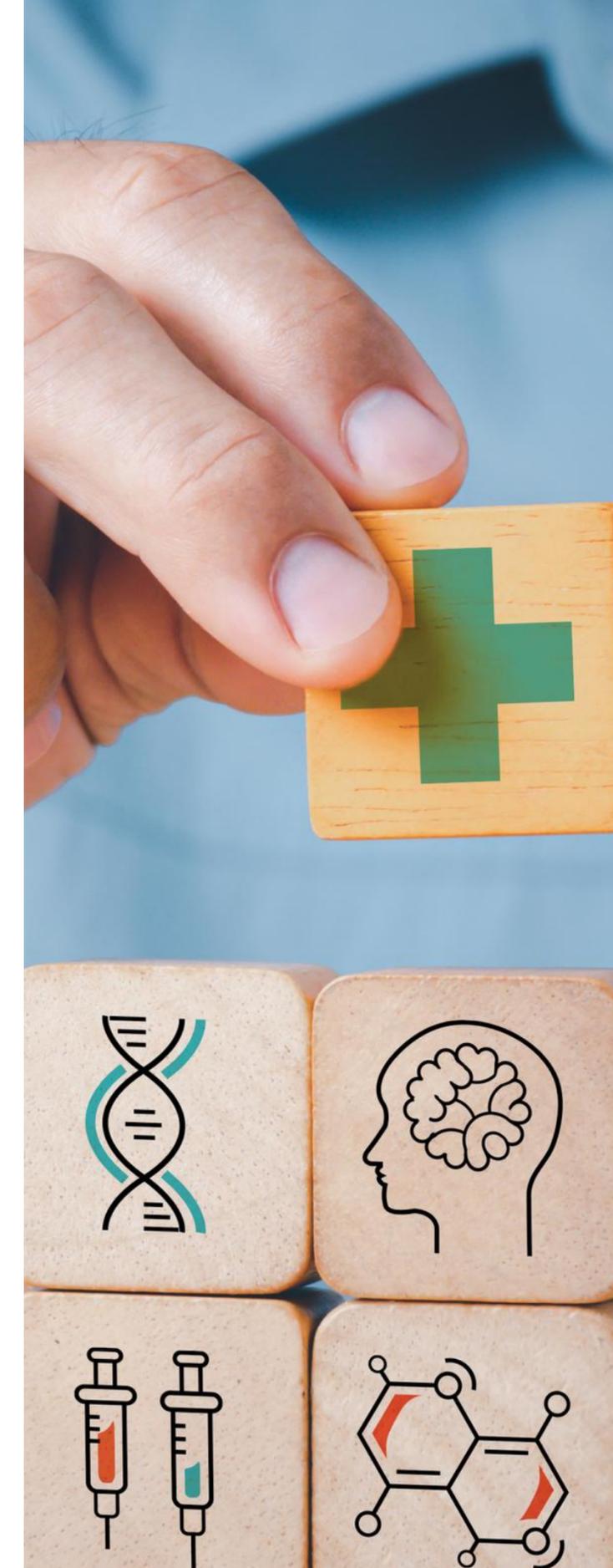
Il corso **Marketing Farmaceutico 2025**, articolato in 2 moduli formativi, propone una visione organica delle conoscenze e competenze alla base dei rapporti commerciali tra imprese produttrici di strumenti terapeutici e professionisti della salute.

**Marketing Management, Sales Force Effectiveness, Digital Marketing e Market Access**, i quattro argomenti previsti dal programma, offrono ai partecipanti un panorama esaustivo dei metodi e dei processi di marketing attraverso l'approfondimento di strumenti teorici, casi di studio ed esercitazioni mirate..

## A CHI È RIVOLTO

Il Corso si rivolge a **Marketing Manager, Digital Marketing Manager, Sales Managers, Specialist di Market Access e Health Technology Assessment**.

Esso rappresenta inoltre uno strumento di evoluzione professionale per informatori scientifici del farmaco e medical science liason orientati ad assumere responsabilità nelle direzioni Marketing and Sales.



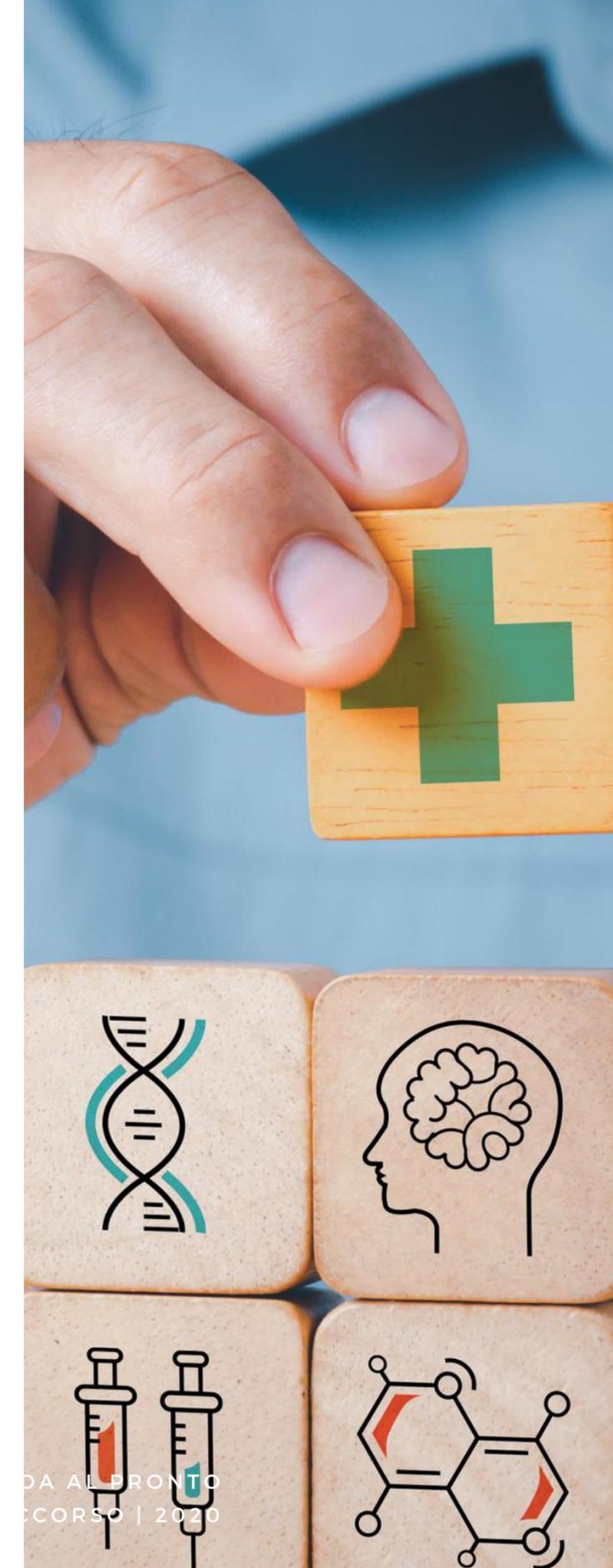
# 1° Modulo - MARKET ACCESS

Martedì, **28 ottobre 2025** ore 09:00-13:00

Docente: **[Giacomo Matteo Bruno](#)**, Professore a contratto in marketing e comunicazione

Università degli Studi di Pavia, Partner S.A.V.E. Studi Analisi Valutazioni Economiche S.r.l.

- **Analisi di scenario**
  - Organizzazione SSN.
  - Finanziamento.
  - Trend in Sanità.
  - Strumenti di gestione e contenimento della spesa.
- **Il Market Access in Italia**
  - Accesso in ambito regionale.
  - Pricing & Reimbursement.
  - Health Economics.
  - Health Technology Assessment.
  - Stakeholders Engagement.
- **Business Case**
  - Casi di accesso al mercato.



# 1° Modulo – DIGITAL MARKETING

Martedì, **28 ottobre 2025** ore 14:00-18:00

Docente [Massimo Zaninelli](#), CEO Maxer Consultant s.r.l., Consigliere AISM

- **Tecnologie**

- Evoluzione del web, algoritmi, AI, deep learning e ... fattore umano.

- **Strategie**

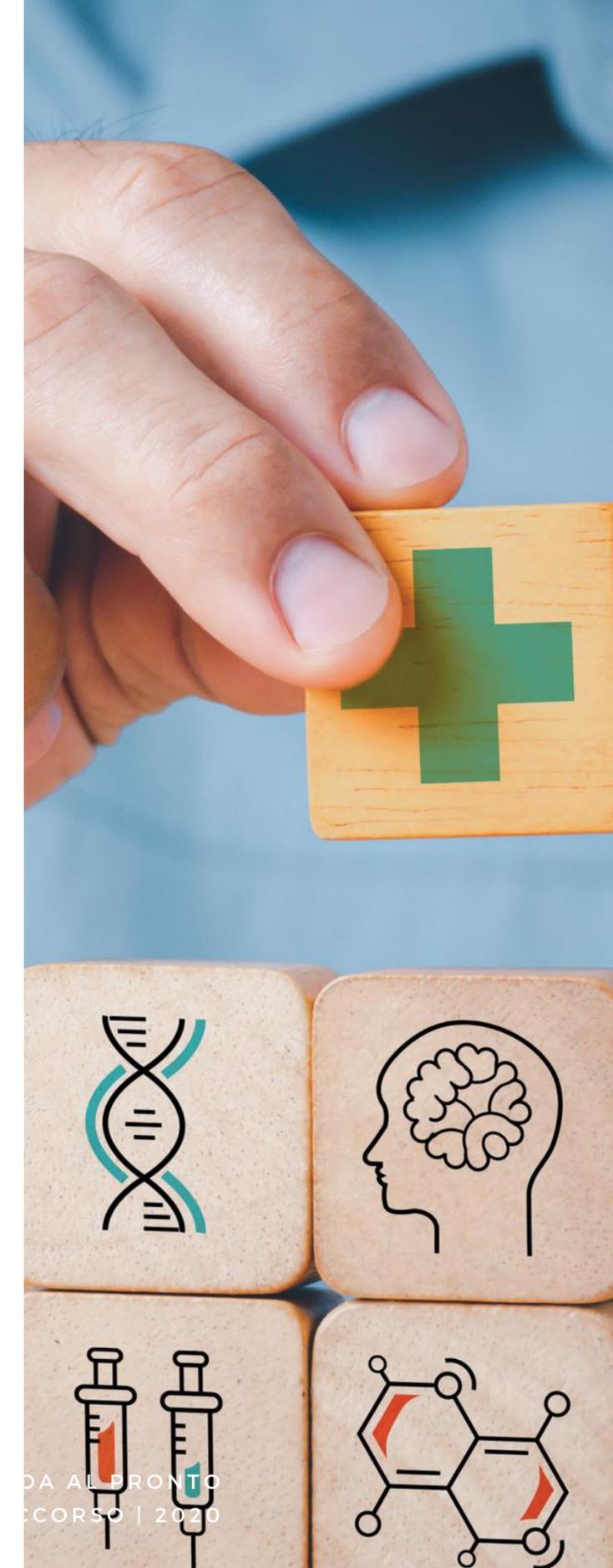
- Elementi di digital advertising.
- Progettazione e contenuti.

- **Applicazioni**

- Advertising e informazione medico-scientifica attraverso Social Media:
- Focus su B2C: Facebook e YouTube per Consumer Health e integratori.
- Focus su B2B: LinkedIn: Lead Generation e Account Based Marketing.

- **Case Study**

- Progetti di digital marketing nel Pharma.
- Profilazione dei comportamenti digitali: specialty care.



## 2° Modulo - MARKETING MANAGEMENT

---

Mercoledì, **29 ottobre 2025** ore 09:00-13:00

Docente **Fausto Volontè**, Consultant

- Che cosa è il marketing e ruolo del Product Manager.
- Analisi di mercato e di prodotto (SWOT).
- Posizionamento e strategia competitiva.
- Attività di marketing (Marketing Mix): comunicazione, promozione, prezzo, accesso.
- Gestione portafoglio prodotti e ciclo di vita,
- Discussione casi/esercitazione: prodotto leader, challenger, follower, nicher.



## 2° Modulo – SALES FORCE EFFECTIVENESS

---

Mercoledì, **28 ottobre 2025** ore 14:00-18:00

Docente **Paolo Nascetti**, Consultant

- **Elementi per la creazione di un framework di Sales Force Effectiveness Excellence.**

- Stato dell'arte.
- Prescrittori e prescrizioni.
- Segmentazione, targetizzazione, profilazione.
- Modello di targetizzazione.
- Alti prescrittori, medio/bassi prescrittori.
- Ricerca di mercato per la validazione del target.
- Creazione griglia per check targeting trimestrale.

- **Esercitazione**



## Modalità di partecipazione

---

### DATE DEL CORSO

Il Corso è in presenza, articola in due giornate formative consecutive da 8 ore ciascuna:

1° Modulo **MARKET ACCESS – DIGITAL MARKETING**

Martedì, **28 ottobre 2025** ore 09:00-18:00

2° Modulo **MARKETING MANAGEMENT – SALES FORCE EFFECTIVENESS**

Mercoledì, **29 ottobre 2025** ore 09:00-18:00

### SEDE DEL CORSO

Il corso si svolge presso la sede di AISM in Milano, Via Leon Battista Alberti, 5 raggiungibile con la MM (lilla) fermata Domodossola.



# Quote di partecipazione

---

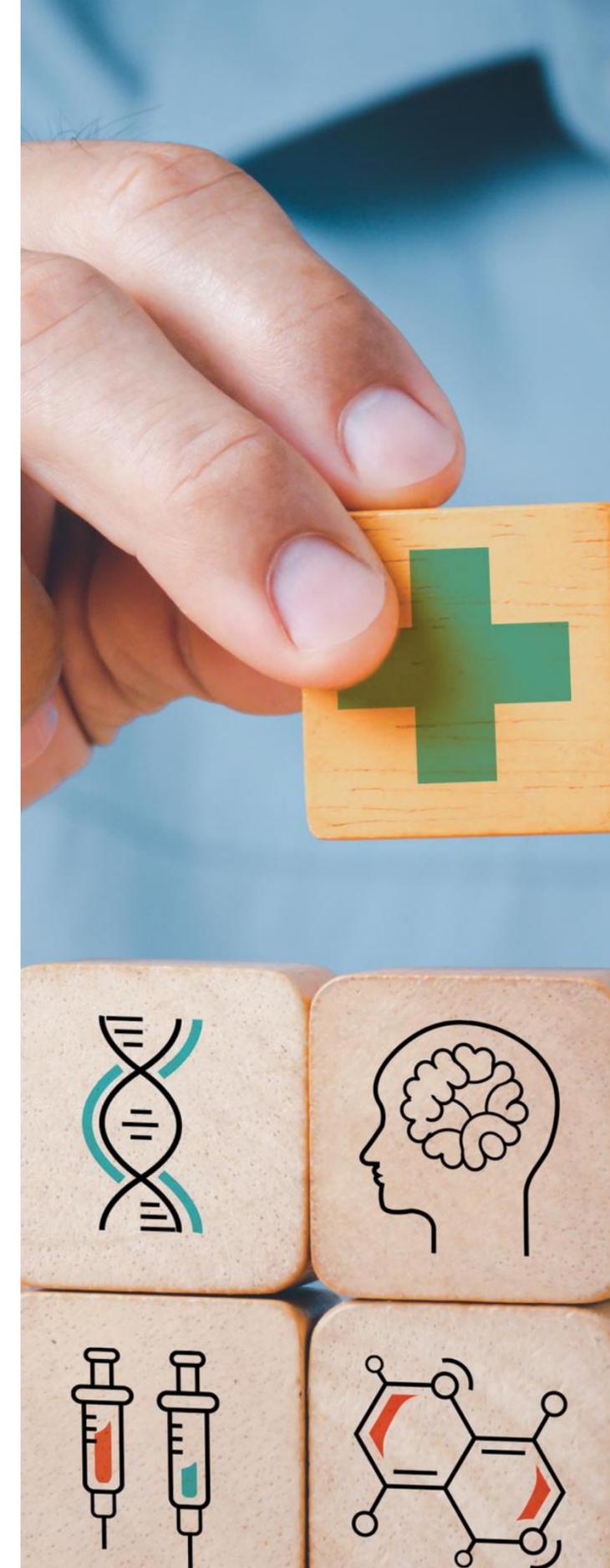
La partecipazione è aperta a soci e non soci AISM con diverse quote di iscrizione:

## ❑ ASSOCIATI AISM

- 1° e 2° Modulo:  
**Market Access - Digital Marketing -  
Marketing Management - Sales Force Effectiveness**  
€ 1.200,00 fuori campo IVA DPR 6.10.1972, n. 633, art. 4

## ❑ NON ASSOCIATI AISM

- 1° e 2° Modulo:  
**Market Access - Digital Marketing -  
Marketing Management - Sales Force Effectiveness**  
€ 1.500,00 + IVA



# I Docenti

---



## Giacomo Matteo Bruno

Professore a contratto in marketing e comunicazione  
Università degli Studi di Pavia, Partner S.A.V.E.  
Studi Analisi Valutazioni Economiche s.r.l.

Dottorato in economia applicata e management presso l'Università di Bergamo e di Pavia. Dottore in Farmacia presso l'Università degli Studi di Pavia, ha approfondito in seguito le tematiche relative all'Economia sanitaria e Farmacoeconomia attraverso la partecipazione certificata a numerosi corsi.

Professore a Contratto presso l'Università degli Studi di Pavia Dip. Di Scienze del Farmaco in Marketing e Comunicazione in Farmacia.

Ricopre attualmente la carica di Senior Project & Research Lead ed è socio presso il centro di ricerca S.A.V.E. Studi Analisi Valutazioni Economiche S.r.l., per la quale svolge attività di elaborazioni sperimentali di dati nell'ambito farmaco-economico con particolare attenzione all'HTA (Health Technology Assessment) al fine di creare pubblicazioni scientifiche ideate sia per un pubblico esteso che per un pubblico specializzato.

Si occupa dell'attività di scientific writing. Si occupa di comunicazione e ricerca in ambito sanitario, con particolare focus sulle aree delle politiche farmaco economiche, di marketing e comunicazione. Svolge attività formativa sia nell'ambito dei corsi ECM, sia in sede accademica nazionale che internazionale.



## I Docenti

---



**Paolo Nascetti**

Consultant

Inizia il suo percorso professionale come Informatore Scientifico e sviluppa tutta la carriera in una Multinazionale Farmaceutica leader sul mercato mondiale maturando un'esperienza ultradecennale nel Marketing, di prodotto e strategico.

Come responsabile della Field Force Effectiveness ha gestito numerose ristrutturazioni delle compagini di vendita contribuendo sia alla riorganizzazione di Linee ISF esistenti sia alla creazione di nuove Linee.

Ha gestito, inoltre, innovativi progetti di profilazione e targeting finalizzando i piani di contatto integrati fra i diversi canali di vendita e realizzando sistemi di monitoraggio evoluti per una misurazione dei KPI strategici.



# I Docenti

---



**Fausto Volontè**  
Consultant

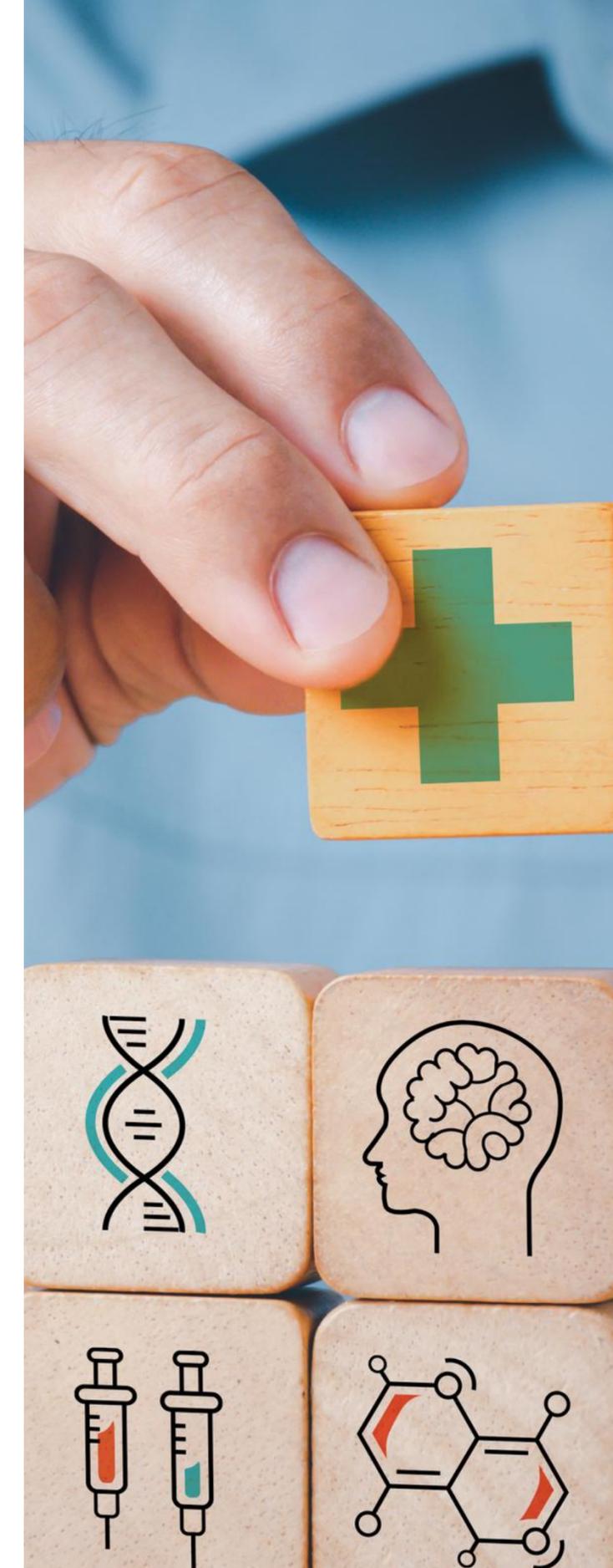
Nato a Cirimido (CO) ed ivi residente. Sposato con Luisa e padre di Francesca.

Nonno agricoltore, padre imprenditore ... io manager "home made". Passata gran parte della vita al paesello con lunghi periodi a Milano (mia città di formazione e professione), a Filadelfia (due anni), a Piacenza (tre anni).

Studi diversificati: liceo classico, laurea scientifica (CTF-Statale di Milano), post-laurea business (MBA Bocconi). Appena laureato ho avuto una breve esperienza come insegnante, attività che ho ripreso recentemente, anche se solo per interventi spot, presso l'Università di Milano, di Pavia, LIUC, LUISS e istituti formativi/associazioni (AISM).

La vita lavorativa si è focalizzata nel mondo farmaceutico. Ho lavorato per diverse aziende sia nazionali (Corvi) che multinazionali (Novartis) in cui ho ricoperto ruoli di responsabilità crescenti da Product Manager, a Sales Manager, a Marketing Manager fino a Capo Divisione e Amministratore Delegato.

Fedele al detto "People make difference" ho sempre dato priorità alla valorizzazione delle persone come singoli individui facenti parte di una organizzazione, consapevole che la motivazione e la sinergia del gruppo sono la chiave del successo.



# I Docenti

---



## **Massimo Zaninelli**

CEO Maxer Consulting s.r.l., Consigliere AISM

Socio fondatore e AD di Maxer Consulting s.r.l., società di consulenza nel settore del farmaco attiva nello sviluppo clinico e digital marketing.

Già direttore della comunicazione presso Chiesi Farmaceutici S.p.A. e IVECO S.p.A., communication manager presso Roche S.p.A. e addetto stampa di Regione Lombardia.

Professore a contratto presso LUISS (HR, comunicazione d'impresa) e le Università di Parma (Comunicazione digitale, mobile e social), e Pavia (Discipline regolatorie).

Fa parte del comitato di direzione e della giunta farmaceutica della Associazione Italiana Sviluppo Marketing (AISM). Dal 2017 è associato a Drug Information Association (DIA) a partecipa attivamente al gruppo di lavoro Clinical Trial Information System.

Pubblicista dal 1992, ha collaborato con Il Giornale, La Gazzetta di Parma, Le Scienze, Rivista di Informatica (AICA), Harvard Business Review e AboutPharma,. Ha pubblicato articoli dedicati a clinical trial disclosure e medical writing su Applied Clinical Trials e Medical Writing.

Autore dei romanzi I quindici sciacalli (Marlin Editore, 2023), Aprendo le chiuse (Altromondo, 2021) e Il dono inquietante (Sugarco, 2016).





# PARTECIPA AL CORSO MARKETING FARMACEUTICO 2025

**ISCRIVITI**

[www.aism.org](http://www.aism.org)



# Contatti

## **Sede**

Via Leon Battista Alberti, 5  
2019 - Milano

## **Indirizzo e-mail & web**

[info@aism.org](mailto:info@aism.org)

[www.aism.org](http://www.aism.org)

## **Numero di telefono**

324 0735049