

Presentano

La  
**MASTER  
CLASS**

# FARMAQUADRI

La futura classe dirigente

*dal 3 marzo all'11 giugno 2023*

Con il patrocinio\* di

SECTION 01

# Scenario



# SCENARIO

## La managerializzazione della sanità

La creazione del SSN nel 1978, come la crescente attenzione negli ultimi decenni alla **programmazione e organizzazione** della spesa sanitaria ha innescato una crescente **managerializzazione** della sanità e la conseguente necessità delle rappresentanze professionali di **maturare nuove competenze** per supportarne efficacemente l'evoluzione.



# SCENARIO

## Costruire il futuro della professione

In 800 anni di storia , la professione del farmacista ha conosciuto stagioni di **radicale evoluzione** per rispondere ai bisogni di salute dei cittadini.

Negli ultimi decenni, grazie ad un **contributo determinante da parte dei rappresentanti professionali**, il farmacista ha vissuto una riconversione culturale che ne ha avvalorato significativamente il contributo nella promozione nella tutela della salute pubblica.

È evidente che, per continuare il percorso oggi eccellentemente avviato, la **professione necessita di far crescere nuove generazioni** che possano in futuro rappresentare al meglio la categoria.

SECTION 02

# Need



## Need

Alla luce dello scenario evolutivo è indispensabile creare un **percorso per i giovani farmacisti** che intendano **contribuire al futuro della professione** e che permetta loro di acquisire le **competenze necessarie** per poter intraprendere un **percorso dirigenziale**.

«L'arma competitiva del XXI secolo  
sarà la **formazione** accompagnata  
dalle **competenze** della nostra forza  
lavoro»

*Lester Thurow*

SECTION 03

# La proposta





Una Masterclass per formare giovani farmacisti verso  
l'acquisizione delle competenze necessarie ad  
intraprendere un percorso nell'ambito delle  
rappresentanze della categoria

# LA PROPOSTA

## Obiettivi

Fenagifar e Fondazione Cannavò, in collaborazione con Edra, propongono la creazione di un percorso formativo rivolto ai giovani farmacisti che intendono intraprendere un cammino all'interno degli organismi di rappresentanza di categoria con l'obiettivo di:

Fornire conoscenze circa le istituzioni di rappresentanza della categoria

Fornire competenze trasversali che affrontino gli aspetti normativi ed economici

Sviluppare le *skills* necessarie all'ascolto, alla mediazione, alla comunicazione e al *team-working*



# LA PROPOSTA

## Masterclass

La masterclass è rivolta ai giovani farmacisti impegnati nelle rappresentanze di categoria o che ambiscono a farne parte, per un massimo di 80 partecipanti

**Patrocini:** FOFI, Federfarma, Utifar

**Promozione:** Fenagifar, Fondazione Cannavò, Edra ed eventuali risorse messe a disposizione dagli enti patrocinatori

# Education

## Percorso didattico

- **6 moduli formativi** - 2 moduli in presenza e 4 moduli in *webinar live* per un totale di circa 30 ore

## Relatori

- **Board scientifico multidisciplinare**

## Partecipanti

- **Giovani farmacisti** – Under 40



# Formazione

La formazione prevede:

- l'erogazione di **contenuti di valore** per i giovani farmacisti in seguito ad una preliminare indagine delle conoscenze pregresse
- lo **stimolare** la motivazione dei partecipanti senza farli sentire «sotto esame»
- l'impiego di **strumenti digitali** per agevolare l'interattività della masterclass in coerenza con le finalità del progetto

# Formazione

GIORNATA	ARGOMENTO	DOCENTI
4 marzo dalle 11.30 alle 14.00 e dalle 15.30 alle 17.30	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentazione del corso: proponenti e programma completo</li> <li>Presentazione dei partecipanti</li> <li>La storia di un ex giovane farmacista</li> <li>La Professione del Farmacista: storia, evoluzione normativa, sociale, etica e deontologica</li> </ul>	L. Baldessin P. Brusa C. Carosio L. D'Ambrosio Lettieri M. Scaccabarozzi
23 marzo dalle 20.00 alle 23.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>La FOFI: veste giuridica e funzioni</li> <li>L'Ordine dei Farmacisti</li> <li>Le Società Scientifiche dei farmacisti</li> </ul>	G. Carpani A. Cavaliere C. Giua Marassi E. Leopardi A. Mandelli P. Minghetti M.R. Tedesco
13 aprile dalle 20.00 alle 23.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Federfarma e il ruolo del sindacato rappresentativo della farmacia</li> <li>Le rappresentanze sindacali, le Associazioni</li> <li>La azienda farmacia</li> <li>Governance sanitaria: consumo dei medicinali, tetti di spesa e modalità di erogazione</li> <li>Economia e politica sanitaria</li> </ul>	A. Cicchetti M. Cossolo A. D'Ercole R. Tobia F. Trotta
27 aprile dalle 20.00 alle 23.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>La farmacia presidio polifunzionale dell'assistenza sanitaria territoriale</li> <li>I processi decisionali in ambito nazionale, regionale e territoriale: luoghi e procedure. Il Governo, il Parlamento, le Regioni e la Pubblica Amministrazione</li> </ul>	M. Cossolo A. Mandelli P. L. Petrillo
25 maggio dalle 20.00 alle 23.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisi del quadro normativo. Le competenze legislative dello Stato e delle Regioni con riferimento alla sanità – La gerarchia delle norme</li> <li>Strategie di rappresentanza degli interessi</li> <li>I rapporti con le istituzioni</li> </ul>	G. Carpani M. Marletta M.R. Tedesco
9 giugno dalle 16.30 alle 21.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Leadership e legittimazione e gestione del team</li> <li>Tecniche di public speaking e negoziazione/lobbying: ascolto, mediazione e comunicazione</li> <li>Esercitazione di public speaking: presentazione lavori di gruppo</li> </ul>	M. Ciccolella M. Cossolo A. Mandelli
10 giugno dalle 9.00 alle 12 e dalle 14.00 alle 18.00		
11 giugno dalle 9.00 alle 13.00		

# Videolezione frontale

La videolezione frontale è la più semplice e immediata fra le modalità di formazione a distanza possibili, ma questa sua semplicità non deve far dimenticare che tenere l'attenzione dei partecipanti per un tempo medio-lungo non può prescindere da una opportuna programmazione degli interventi, attraverso un mix di contenuti e relatori eterogeneo, una regia *real-time* oculata e l'alternarsi di momenti di fruizione passiva con spazi di maggiore interattività.

# *Learning by doing*

“

Dimmi e io dimentico,  
mostrami e io ricordo,  
**coinvolgimi** e io **imparo**.

”

Benjamin Franklin



# I *plus* dell'interattività negli eventi formativi

## #1

**Comunicazione** più efficace dei messaggi-chiave, grazie a una **ricezione attiva**

## #2

**Apprendimento** più profondo grazie al ***learning by doing*** e all'esperienza diretta

## #3

Maggiore **soddisfazione** e **coinvolgimento** dei partecipanti, anche da remoto

## #4

Maggiore **memorabilità** dell'esperienza vissuta e delle conoscenze apprese

# Partecipazione interattiva

Al fine di garantire una maggiore partecipazione durante i *webinar live*, sono previste diverse modalità di interazione fra relatori e partecipanti, e fra i partecipanti:

- *Chat*
- Interventi in diretta (previa alzata di mano)
- Sondaggi
- *Game* interattivi
- *Link* ad altri contenuti e approfondimenti



# Coinvolgimento attivo in gruppi

Per aumentare il coinvolgimento dei partecipanti agli argomenti trattati durante le lezioni frontali, i corsisti, in base alle proprie preferenze, si costituiranno in gruppi di lavoro che produrranno documenti sintetici di approfondimento (\*) attinenti alcune macroaree del progetto formativo, corredati da proposte programmatiche. I documenti prodotti verranno presentati a cura degli estensori in occasione di un evento professionale di valenza nazionale promosso su iniziativa di Fenagifar e Fondazione Cannavò.

(\*) 180 caratteri





# Giornate finali e consegna attestato

Al termine del percorso di formazione sono previste 2 giornate finali, **in presenza**, destinate all'esposizione dei lavori di gruppo, alla **discussione** sui **temi trattati** e alla presentazione di **quesiti**.

Al termine verrà consegnato l'**attestato di partecipazione**.

# Sinergie Editoriali

Con l'obiettivo di garantire una totale copertura dei contenuti si suggerisce l'attivazione di specifiche **Media Partnership** con le testate marchio EDRA, in grado di incrementare la visibilità della comunicazione a 360° sul **target** individuato.

Farmacista**33**

punto**effe**



*Tutti le informazioni contenute all'interno del corrente documento sono soggette alla normativa nazionale e internazionale in merito a Codice della proprietà industriale (DLS 20 del 10/02/05) e Diritti di proprietà intellettuale. Divulgazione e/o utilizzo non autorizzato saranno perseguite a norma di legge*