



ARIANTOs.r.l
EDIZIONI MEDICHE

IX edizione

Corso Pratico Annuale (CPA) di organizzazione, marketing ed economia aziendale dello studio odontoiatrico.

Marketing & Management in odontoiatria. Anno 2011 - 2012

Date:

Sede di Milano:

14 novembre - 12 dicembre (2011) - 16 gennaio - 13 febbraio - 12 marzo - 16 aprile (2012)

Sede di Roma:

7 novembre - 5 dicembre (2011) - 9 gennaio - 6 febbraio - 5 marzo - 2 aprile (2012)

Abstract

Costituisce obiettivo centrale del corso la comprensione delle più rilevanti dimensioni che caratterizzano il management odontoiatrico nelle due branche: Economia ed Organizzazione Aziendale. Più specificatamente è finalità principale promuovere il trasferimento, a favore dei partecipanti, di tutte quelle conoscenze relative alla gestione pratica (ma nel contempo strategica) di aspetti quali la dimensione organizzativa, il controllo economico e finanziario, la comunicazione dialogica tra medico, team e paziente. Nell'ambito del corso sarà fatto ampio ricorso a case-study, al fine di integrare le riflessioni esposte con evidenze scientifiche.

Nella prima parte della lezione si illustrano le metodologie di organizzazione, di controllo e di sviluppo dell'attività gestionale dello studio odontoiatrico; nella seconda parte della lezione viene presentato uno o più strumenti per realizzare in modo pratico quanto esposto precedentemente e nella terza parte si procede alla verifica dell'utilizzo corretto degli strumenti forniti nella lezione precedente.

I partecipanti lavorano sui dati soggettivi e sulle specifiche realtà proprie ottenendo un risultato pratico ed un supporto continuo durante tutta la durata del corso annuale

STRUMENTI: Ad ogni lezione saranno abbinati uno o più strumenti di gestione (fogli di calcolo, dispense). Consegna foglio elettronico esercitazione e dispensa. Consegna del Software "Referral Program" per la gestione marketing dello studio.

Questo strumento professionale gratuito per i partecipanti corrisponde al materiale pratico didattico.



Finalità:

Il Corso affronta il tema del management nello studio odontoiatrico, introducendo metodi e modelli di controllo, per l'equipe e per i pazienti.

Grazie al corso sarà possibile comprendere:

1. Definizione degli obiettivi dello Studio (quali prestazioni si svolgono, con quali modalità e protocolli, con quali tempi e chi li svolge).
2. Organizzazione e disponibilità i mezzi e le risorse (strumentario, attrezzature, persone, spazi).
3. Controllo che i mezzi e le risorse siano ben utilizzati per raggiungere gli obiettivi ed elaborare una serie di azioni atte ad intervenire tempestivamente per la risoluzione di eventuali problemi derivanti dall'utilizzo degli stessi (verifiche, riesami, manutenzioni, reinvestimenti).
4. Pianificazione e documentazione sia dell'attività professionale (esame e studio dei casi e loro terapie), sia economica (andamento della gestione economico finanziaria).
5. Analisi dei costi dell'attività e controllo sulla gestione economico finanziaria.
6. Programmazione della formazione professionale e degli investimenti nelle tecnologie e nello sviluppo delle nuove tecniche operative cliniche.
7. Determinazione di:
 - a) cosa deve essere fatto e da chi
 - b) quando, dove e come deve essere fatto
 - c) quali materiali, apparecchiature e documenti devono essere utilizzati
 - d) come ciò deve essere controllato e registrato
8. Sviluppo di piani di controllo su:
 - a) le specifiche ed i criteri di accettazione
 - b) i metodi di controllo
 - c) le risorse umane e le tecnologie (professionalità, esperienza, addestramento, ecc.)
 - d) le capacità specialistiche
 - e) il coordinamento tra la funzione espletata e altre funzioni all'interno dello studio (segretaria – assistente)
 - f) la documentazione rilasciata al paziente
 - g) l'informazione comunicata ed accettata

Per quanto concerne il processo cosiddetto di progettazione, sarà possibile:

1. pianificare e temporizzare (programmare) tutte le fasi della terapia (progetto) o della ricerca o studio del caso;
2. predisporre le risorse (interne ed esterne, in quest'ultimo caso i consulenti ed i fornitori);
3. organizzare il personale e stabilire quale protocollo dovrà essere applicato;
4. fornire tutte le informazioni ed utilizzare il sistema di comunicazione più efficace verso l'interlocutore (parola + immagini);
5. definire ed analizzare i dati emergenti dallo studio del caso e documentarli;
6. definire e documentare il processo globale dell'espletamento della terapia con le fasi operative ed i relativi costi;
7. prevedere un riesame della progettazione



ARIANTO s.r.l
EDIZIONI MEDICHE

Organizzazione ed Economia Aziendale **Il management odontoiatrico.**

CPA 2011 – 2012 Corso Pratico Annuale
di Management & Marketing Odontoiatrico

PRIMO incontro

ANALISI E CONTABILITÀ DEI COSTI

- Il concetto ed il processo di formazione dei costi della libera professione odontoiatrica.
- Le finalità del calcolo dei costi.
- Gli oggetti di riferimento del calcolo dei costi. Costi speciali e comuni.
- Le configurazioni di costo.
- I costi standard.
- Le analisi costi - volumi - risultati. La break even analysis di uno studio odontoiatrico.
- L'analisi dei costi nel settore odontoiatrico. Case study.
- Il target costing.
- Il bilancio: aspetti civilistici e fiscali. Cenni.

PARTE PRATICA

Consegna foglio elettronico esercitazione e dispensa.

SECONDO incontro

GESTIONE ECONOMICA E CAPACITÀ PRODUTTIVA REDDITIVITÀ, ANALISI FINANZIARIA E STUDI DI SETTORE

- L'economia e la natura del servizio odontoiatrico.
- Normativa vigente e rapporto con ASL.
- Le condizioni di equilibrio, economico e finanziario della libera professione odontoiatrica.
- L'economicità: efficacia ed efficienza.
- Cenni su elementi di strategia e politica aziendale.
- Le basi di riferimento nella determinazione del prezzo della prestazione.
- I fondamenti della valutazione del flusso di cassa.
- L'equilibrio monetario e la capacità di reddito.
- L'autofinanziamento e la capacità di reddito.
- L'analisi del rischio.
- La stima del costo del capitale.
- La pianificazione finanziaria.
- La rappresentazione contabile delle operazioni. La determinazione del reddito di esercizio e del patrimonio.

PARTE PRATICA

Consegna foglio elettronico esercitazione e dispensa.



TERZA incontro

CONCETTI DI MARKETING E DI GESTIONE DELLA QUALITÀ DELLA LIBERA PROFESSIONE MEDICA: IL CASO DELLA PROFESSIONE ODONTOIATRICA.

- Il Marketing deontologico e le diverse tipologie di marketing
- La pubblicità sanitaria concessa.
- Impostare una strategia di marketing.
- Saper misurare gli effetti positivi e negativi del marketing. L'importanza della misurazione.
- I prodotti tangibili della comunicazione: cartella clinica visiva, carta dei servizi dello studio, piano terapeutico e contabile, libretto di mantenimento della terapia, videoclip, sito internet, mail e newsletter, ... I prodotti di marketing diretto ed il marketing indiretto.
- La gestione della qualità: il TQM (Total Quality Management). Cenni.

PARTE PRATICA

Consegna foglio elettronico esercitazione e dispensa.

QUARTO incontro

LA GESTIONE DELLE RISORSE UMANE.

- L'organizzazione di un Team. Metodologie a confronto.
- La gestione della motivazione. La motivazione del team odontoiatrico.
- La gestione della leadership. La leadership situazionale.
- Le coppie dialogiche: medico - personale - pazienti.
- La formulazione corretta delle domande e la loro interpretazione.
- La prevenzione. La collaborazione. Motivazione di un paziente.
- La comunicazione verbale e paraverbale, diretta e indiretta. Cenni sulla PNL.
- Organizzazione e gestione dell'amministrazione.
- Le informazioni sulla gestione destinate all'interno: il controllo di gestione.

PARTE PRATICA

Consegna foglio elettronico esercitazione e dispensa.

QUINTO incontro

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE ED ASSETTO PRESENTE E FUTURO DELL'ATTIVITÀ'.

- Principi generali di organizzazione aziendale.
- Le fasi della vita aziendale - odontoiatrica: istituzionale, di funzionamento e terminale.
- Fase istituzionale: le scelte fondamentali. I rapporti libera professione - ambiente e incertezza: il rischio di impresa. Come realizzare la crescita.
- Fase di funzionamento: il finanziamento della libera professione odontoiatrica: capitale di rischio e capitale di credito. Criteri di scelta della forma di finanziamento. Pianificazione degli investimenti.
- Le diverse forme di aggregazione tra liberi professionisti nel settore odontoiatrico. Come ridistribuire i costi ed i ricavi tra i soci.
- Studi monoprofessionali o associati. Il sistema degli "studi odontoiatrici familiari": caratteristiche principali e requisiti di successo.



- Fase terminale: cessazione dell'attività e valore di avviamento. Metodologie di calcolo del valore.

SESTO incontro

IL MARKETING DELLO STUDIO ODONTOIATRICO.

Il tema del marketing nello studio odontoiatrico, dal punto di vista economico e giuridico.

1. La pianificazione strategica della comunicazione mass-mediatica.
 - a. Efficacia, costi, punti di forza e minacce della comunicazione televisiva ed editoriale.
 - b. Il marketing deontologico ed i "mediatori".
 - c. I comportamenti di comunicazione efficace.
2. Gli strumenti di Comunicazione Indiretta interni ed esterni allo studio.
 - a. Come attivare il paziente Divulgatore: i Referral Programs ed il Passaparola.
1. I mezzi: come si può diffondere la pubblicità sanitaria.
2. Inquadramento della problematica. Esame dei mezzi: dai mezzi tradizionali all'uso delle nuove tecnologie. Le problematiche del Direct marketing.
3. Il contenzioso sulla pubblicità sanitaria.

Parte speciale del Corso:

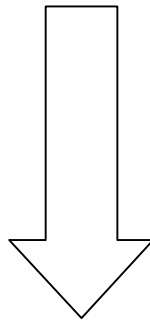
4. Esempi e casi pratici "Case report" documentati, normative e autorevole bibliografia nazionale ed internazionale.

Extra:

Consegna foglio elettronico esercitazione e dispensa.

Consegna del Software "Referral Program" per la gestione marketing dello studio. Questo strumento gestionale gratuito per i partecipanti corrisponde al materiale pratico didattico.

Informazioni & Iscrizioni



Iscrizioni: Corsi Pratici Annuali CPA (Milano – Roma)



ARIANTO s.r.l

EDIZIONI MEDICHE

"Corsi pratici annuali": i corsi si svolgono sia a Milano sia a Roma. Una volta scelta la sede (es. Milano) e formalizzata l'iscrizione, lo studio fa parte di un programma di incontri a "numero chiuso" per la durata di circa sei mesi (dipende dalla cadenza delle settimane nel calendario) in un lunedì mattina al mese. Si è scelto l'inizio della settimana per dare la possibilità ai partecipanti di applicare subito i concetti pratici che saranno affrontati. La caratteristica di questo programma, oltre ad essere costante nel tempo, è quella di rappresentare quasi una "consulenza" manageriale (economica e di marketing, organizzativa e comunicazionale) per lo studio dentistico. In passato in alcuni incontri furono invitati, da alcuni partecipanti, perfino i loro commercialisti, ai quali abbiamo relazionato sugli studi di settore in odontoiatria, con notevoli vantaggi e nuove sinergie. Questo corso è il livello più elevato di formazione extraclinica che siamo stati capaci di formulare in questi ultimi anni, anche per il gruppo di docenti che vi collabora, tutti specializzati verso l'odontoiatria.

Le domande di ammissione dovranno pervenire complete di ragione sociale studio, nome, cognome, indirizzo, cap, città, telefono, e mail, p.iva, codice fiscale e nominativi delle persone partecipanti, tramite mail direttamente a info@arianto.it

Il costo del corso completo di dispense e materiale didattico è di 2.220,00 € (+ 21% iva) per due partecipanti dello stesso studio. Possono essere ammessi partecipanti aggiuntivi al costo di 900,00 € (+ 21% iva) cadauno, indicando nella domanda di ammissione i nominativi.

Le iscrizioni saranno accettate in base all'ordine di prenotazione. Corso a numero chiuso, si consiglia di effettuare tempestivamente la domanda di iscrizione*.

*Con l'iscrizione i partecipanti sono a conoscenza ed accettano che l'organizzatore possa modificare le date del corso e che in caso di annullamento del corso, sempre da parte dell'organizzatore, riceveranno interamente ed esclusivamente la quota di partecipazione versata.

Dati per bonifico bancario: Arianto s.r.l. Iban IT38 S 02008 01600 000041206117

Per iscrizioni: Segreteria Arianto Srl Milano:Mail: info@arianto.it - telefono (24 ore call center lasciare messaggio) 02 4800 0053. Corso a numero chiuso.



NO ECM - Sebbene negli anni scorsi il CPA avesse ottenuto ben 28 crediti ECM, la stessa Commissione ECM nel 2009 ha deliberato che non possano essere attribuiti crediti ai corsi di Marketing. Noi riteniamo di non voler "camuffare" il programma e preferiamo non rinunciare alla nostra trasparenza. Perdiamo i crediti ma avremo partecipanti motivati dal contenuto e consideriamo quindi che non saremo soggetti neanche al conflitto di interessi, quindi siamo lieti finalmente di poter fornire

direttamente ed esclusivamente a TUTTI I PARTECIPANTI il materiale, gli strumenti didattici e le consulenze di gestione che dovessero emergere durante lo svolgimento del corso CPA 2010. Questo è un corso di Marketing e di gestione manageriale dell'attività libero professionale odontoiatrica e rappresenta l'eccellenza del Management, giunto alla sua ottava edizione arricchita con una giornata dedicata alla pubblicità sanitaria.