

Titolo del programma formativo:

LA COMUNICAZIONE DELLA FARMACIA ATTRAVERSO I SOCIAL

Data inizio	11 febbraio 2019
Data fine	16 dicembre 2019
Durata effettiva dell'attività formativa	9 ore
Obiettivi dell'evento	(18) - Contenuti tecnico-professionali (conoscenze e competenze) specifici di ciascuna professione, specializzazione ed attività ultraspecialistica

Acquisizione competenze tecnico professionali

La comunicazione tra farmacista e cittadino dispone di nuovi canali che, sempre più, vengono utilizzati da persone di ogni fascia di età. Risulta quindi di estrema importanza che il farmacista abbia le competenze comunicative per trasmettere un messaggio professionale e gestire la comunicazione social con coerenza e progettualità. Al contrario di altre realtà, per le farmacie, la tecnologia non deve rappresentare un'opportunità commerciale in più, bensì un mezzo per ottimizzare il contatto con il proprio pubblico e offrire al cittadino strumenti di conoscenza in ambito salute e prevenzione. Per comunicare in modo adeguato, tuttavia, sono necessarie competenze specifiche inerenti al linguaggio da utilizzare sui social media e la conoscenza delle piattaforme di comunicazione più utilizzate.

RAZIONALE GENERALE

Nel contesto sanitario italiano, il ruolo della farmacia quale presidio sanitario territoriale, sarà sempre più di "casa della salute" per la promozione del benessere del cittadino.

Tra le nuove competenze che il farmacista dovrà avere, sarà indispensabile la capacità di comprendere l'individuo nella sua globalità, e nel suo bisogno di informazioni sulla salute che passa inequivocabilmente anche attraverso il web ed i social.

Il farmacista aggiornato deve avere competenze specifiche per utilizzare strumenti più avanzati interni a Facebook come i gruppi di discussione, lo strumento "eventi" e l'integrazione tra pagina e applicazioni. La conoscenza di questi strumenti operativi permetterà alla farmacia di valorizzare la comunicazione social rivolgendosi a pubblici selezionati sulla base di interessi reali rispetto agli argomenti proposti e di conseguenza consolidare il proprio ruolo di consulente sulle tematiche di salute.

Costruire un dialogo nei social network con il proprio pubblico risulta di fondamentale importanza come completamento del confronto diretto che avviene al banco. Nei Social, infatti, la comunicazione risulta efficace solo laddove ci sia una interazione continua e costante nel tempo con un pubblico effettivamente interessato alle tematiche proposte.

In questa ottica, è necessario predisporre la scelta dei contenuti sulla base della conoscenza dei criteri di funzionamento dei social e in risposta ai bisogni effettivi dei cittadini in materia

di salute. Anche attraverso la comunicazione online, il farmacista può diventare punto di riferimento per il cittadino, rispetto alle molte informazioni che viaggiano, sempre più incontrollate, nel web. Aiutare il cittadino ad individuare le fake news, distinguere tra informazioni attendibili e notizie prive di adeguato supporto scientifico, contrastare il commercio illegale dei farmaci sono priorità comunicative che il farmacista può cogliere solo se in possesso delle adeguate competenze tecniche e comunicative per interfacciarsi con il proprio interlocutore anche attraverso la rete.

Attraverso la moderna tecnologia della comunicazione, la farmacia può diventare non solo un presidio territoriale di salute, ma uno strumento di divulgazione e di promozione del benessere per un servizio completo e di qualità al cittadino ed al suo bisogno crescente di buona informazione e salute.

PROGRAMMA

LA FORMAZIONE A DISTANZA PER LA PROFESSIONE MEDICA E SANITARIA			
LA COMUNICAZIONE DELLA FARMACIA ATTRAVERSO I SOCIAL			
Lezioni frontali	Approfondimenti	Titolo dell'intervento	Relatore/autore
10		Obiettivi formativi	Alessandro Fornaro
		Contenuto didattico	
PARTE PRIMA - La condivisione e l'utenza			
60	45	Selezione e condivisione di contenuti che rispondono ai bisogni dei cittadini in materia di salute, benessere e prevenzione	Alessandro Fornaro
		La definizione della tipologia del cittadino di riferimento della pagina e dei suoi bisogni	
		Come coinvolgere cittadini che si riconoscono negli ambiti di specializzazione della farmacia	
PARTE SECONDA - La gestione delle informazioni			
60	45	La definizione degli argomenti e delle fonti (scientificamente attendibili) e i tempi di pubblicazione degli aggiornamenti	Alessandro Fornaro
		La predisposizione di una scaletta settimanale di argomenti da pubblicare	
		La moderazione della pagina: come interagire con il cittadino ed incentivare la comunicazione anche attraverso commenti, consigli e condivisione di link volti a migliorare il benessere del cittadino	
PARTE TERZA - Gli strumenti di interazione			
60	40	Tecniche di moderazione dei "gruppi di discussione": come condividere argomenti di specifico interesse	Alessandro Fornaro
		Definire gli ambiti di interazione del cittadino con le differenti tipologie di gruppi di discussione	
		Tecniche di gestione dello strumento "Eventi" per valorizzare ed organizzare giornate della salute in farmacia	
		Possibili interazioni tra applicazioni e social	
PARTE QUARTA - Gli strumenti per la personalizzazione			
40	30	La farmacia nella pagina social	Alessandro Fornaro
		Come integrare la comunicazione web al fine di offrire al pubblico un messaggio univoco, visibile, condivisibile e scientificamente attendibile	

PARTE QUINTA - Gli strumenti per l'analisi dell'efficacia della comunicazione

40	30	Strumenti per l'analisi dell'attività social e della partecipazione ad esse del cittadino	Alessandro Fornaro
		Valutazione dell'efficacia comunicativa al cittadino	
		La partecipazione del cittadino alle attività della pagina	

PARTE SESTA - Analisi e commenti

40	30	Analisi e commento di esperienze di comunicazione social e ricadute sul servizio al cittadino in risposta ai suoi bisogni di salute	Alessandro Fornaro
		Analisi e commento di esperienze di comunicazione social con risultati non soddisfacenti in termini di interazione del cittadino con la pagina	

10		Conclusioni generali	
----	--	----------------------	--

		Test a risposta multipla e doppia randomizzazione	
--	--	---	--

		Questionario di verifica della qualità percepita e rilevamento fabbisogni formativi	
--	--	---	--

TOTALE MINUTI FORMAZIONE VIDEO		320
TOTALE MINUTI DI APPROFONDIMENTO		220
TOTALE ORE FORMAZIONE / CREDITI		9

Erogazione contenuti

L'erogazione dei contenuti è attuata mediante metodologie complementari di formazione per favorire il massimo livello di apprendimento:

- lezioni dirette supportate da materiale visivo in PPT
- letture di complemento
- materiali di approfondimento

Crediti assegnati

9

Numero utenti

3.000

Professioni

Farmacista Territoriale;
Farmacista Ospedaliero

Tipologia Prodotto FAD

Videoconferenza, video streaming, corsi online su apposite piattaforme di learning management system (LMS)

Dotazione di Hardware e software necessaria all'utente per svolgere l'evento

Hardware: Personal Computer con accesso Internet veloce
Software: windows 7 oppure windows XP oppure windows Vista

Tipo materiale durevole rilasciato ai partecipanti

Vi è la possibilità di stampare il materiale di approfondimento

Responsabile Scientifico e Relatore:

Dott. Alessandro FORNARO

Giornalista Esperto in Comunicazione
Libero Professionista

Segreteria Organizzativa e Provider ECM

FENIX Srl
Via Ugo Foscolo, 25 - 27100 Pavia
Tel 0382 1752851 - Fax 0382 1752852

Responsabile: dr. Agostino Tacconi
agostino.tacconi@fenix-srl.it

Segreteria Tecnica e Sede della piattaforma

Digital Solutions Srl
Via Ezio Biondi, 1 - 20154 Milano - Tel 02 34995360

Referente: Federica Ramponi
federica.ramponi@digitalsolutionsitalia.it

CURRICULUM



Formato europeo per il curriculum vitae

Informazioni personali

Nome		Fornaro Alessandro
Indirizzo		
Telefono		
Fax		
E-mail		alessandrofornaro@gmail.com

Nazionalità		Italiana
--------------------	--	----------

Data di nascita		11/06/1967
------------------------	--	------------

Esperienza lavorativa

• Date (da – a)		2000 – oggi
• Nome e indirizzo del datore di lavoro		Utifar (Unione tecnica italiana farmacisti) Piazza Duca d'Aosta, 18 Milano - tel. 0270608367
• Tipo di azienda o settore		Associazione
• Tipo di impiego		Giornalista
• Principali mansioni e responsabilità		Responsabile della rivista "Nuovo Collegamento"; autore di articoli e rubriche; programmazione editoriale; selezione e coordinamento dei collaboratori; gestione del lavoro di redazione. Vincitore del I° premio giornalistico "L'arte di essere donna – Le sfumature della femminilità" bandito nel 2012 dall'UNAMS, Unione Nazionale Medico Scientifica di Informazione

• Date (da – a)		2014– oggi
• Nome e indirizzo del datore di lavoro		Utifar (Unione tecnica italiana farmacisti) Piazza Duca d'Aosta, 18 Milano - tel. 0270608367
• Tipo di azienda o settore		Formazione
• Tipo di impiego		Docente
• Principali mansioni e responsabilità		Ideatore e relatore del corso "La pagina Facebook della Farmacia

• Date (da – a)		2012 – oggi
• Nome e indirizzo del datore di lavoro		Utifar (Unione tecnica italiana farmacisti) Piazza Duca d'Aosta, 18 Milano - tel. 0270608367



• Tipo di azienda o settore		Associazione
• Tipo di impiego		Giornalista e moderatore
• Principali mansioni e responsabilità		Responsabile della comunicazione e dell'ufficio stampa per la manifestazione Farmadays. Moderatore degli eventi convegnistici della manifestazione
• Date (da – a)		1996 - 2010
• Nome e indirizzo del datore di lavoro		Farmacia Piccinelli Via Verga, 1 Treviglio (BG) - tel 0363301722
• Tipo di azienda o settore		Farmacia
• Tipo di impiego		Farmacista
• Principali mansioni e responsabilità		Farmacista collaboratore e socio di società tra farmacisti
• Date (da – a)		2008– 2013
• Nome e indirizzo del datore di lavoro		Meditor Italia Viale Ranzoni, 2 Milano- tel. 0291983454
• Tipo di azienda o settore		Formazione
• Tipo di impiego		Docente
• Principali mansioni e responsabilità		Docente di corsi Ecm (Educazione continua in medicina) residenziali eon-line. Relatore per corsi video. Autore di articoli per la pubblicazione "Il Manuale del Farmacista"
• Date (da – a)		2006 - 2008
• Nome e indirizzo del datore di lavoro		Elsevier Via Paleocapa, 7 Milano - tel. 02881841
• Tipo di azienda o settore		Editoria
• Tipo di impiego		Giornalista free lance
• Principali mansioni e responsabilità		Redazione di articoli e curatore della rubrica sull'automedicazione per la testata "Il Giornale del Farmacista"
• Date (da – a)		1998 - 2001
• Nome e indirizzo del datore di lavoro		Utet Periodici - Milano
• Tipo di azienda o settore		Editoria
• Tipo di impiego		Giornalista free lance
• Principali mansioni e responsabilità		Redazione di articoli di attualità politica per la testata "Tema Farmacia"
• Date (da – a)		1996 - 1998
• Nome e indirizzo del datore di lavoro		Università degli Studi di Milano, Facoltà di Farmacia Via Balzaretti, 7 Milano
• Tipo di azienda o settore		Farmacoeconomia
• Tipo di impiego		Borsa di studio assegnata dall'ente Milano Ricerche



• Principali mansioni e responsabilità	Componente del Centro di Farmacoeconomia, responsabile di studi per conto di aziende farmaceutiche e del Ministero della Salute. Studi di valutazione per l'introduzione di nuovi medicinali nel sistema di rimborsabilità da parte del Ssn
--	---

Istruzione e formazione

• Date (da – a)	1995
• Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	Università degli Studi di Padova
• Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio	Farmacia
• Qualifica conseguita	Laurea in Farmacia
• Livello nella classificazione nazionale (se pertinente)	Iscritto all'Ordine dei farmacisti

• Date (da – a)	1997
• Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	Università degli Studi di Milano
• Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio	Comunicazione scientifica
• Qualifica conseguita	Conseguimento del Master in comunicazione scientifica presso la Facoltà di Farmacia

• Date (da – a)	2009
• Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione	Esame di Stato
• Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio	Giornalismo
• Qualifica conseguita	Superamento dell'esame
• Livello nella classificazione nazionale (se pertinente)	Iscritto all'Ordine dei giornalisti



Capacità e competenze personali

Acquisite nel corso della vita e della carriera ma non necessariamente riconosciute da certificati e diplomi ufficiali.

Prima lingua	italiano
--------------	----------

Altre lingue

	inglese
• Capacità di lettura	eccellente
• Capacità di scrittura	eccellente
• Capacità di espressione orale	eccellente

	francese
• Capacità di lettura	eccellente
• Capacità di scrittura	buono
• Capacità di espressione orale	buono

	spagnolo
• Capacità di lettura	buono
• Capacità di scrittura	buono
• Capacità di espressione orale	buono

Capacità e competenze relazionali <i>Vivere e lavorare con altre persone, in ambiente multiculturale, occupando posti in cui la comunicazione è importante e in situazioni in cui è essenziale lavorare in squadra (ad es. cultura e sport), ecc.</i>	scrittura di testi divulgativi e scrittura sintetica di report, ufficio stampa, formazione e tutoraggio del personale, comunicazione attraverso i social network, capacità di tenere relazioni e conferenze davanti al pubblico e in video
---	--

Capacità e competenze organizzative <i>Ad es. coordinamento e amministrazione di persone, progetti, bilanci; sul posto di lavoro, in attività di volontariato (ad es. cultura e sport), a casa, ecc.</i>	capacità di organizzare e gestire il lavoro di redazione, capacità di ideare e realizzare progetti in rete con altre professionalità, coordinamento del lavoro di gruppo tramite la gestione di documenti condivisi
--	---

Capacità e competenze tecniche <i>Con computer, attrezzature specifiche, macchinari, ecc.</i>		creazione e gestione contenuti di pagine aziendali facebook, capacità di gestire la comunicazione aziendale via twitter, uso del pacchetto google doc e del programma di condivisione dropbox, utilizzo del programma avid per il montaggio video
Capacità e competenze artistiche <i>Musica, scrittura, disegno ecc.</i>		realizzazione e montaggio di video per mostre, musei e vernissage
Altre capacità e competenze <i>Competenze non precedentemente indicate.</i>		diploma di maestro di sci isia, ex giocatore professionista di tennis
Patente o patenti		Patente di guida italiana per auto e moto
Ulteriori informazioni		Vincitore del 1° premio giornalistico "L'arte di essere donna – Le sfumature della femminilità" per la sezione stampa di settore. Il Premio è stato bandito nel 2012 dall'UNAMSI, Unione Nazionale Medico Scientifica di Informazione
Allegati		[Se del caso, enumerare gli allegati al CV.]

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del D.lgs. 196 del 30 giugno 2003.

Data _____

Firma _____