

Titolo del programma formativo FAD

IL FARMACISTA SEMPRE PIU' SOCIAL: LA QUALITA' DELLA COMUNICAZIONE ED IL SERVIZIO AL CITTADINO

Data inizio	1 giugno 2020
Data fine	31 maggio 2021
Durata effettiva dell'attività formativa	8 ore
Obiettivi dell'evento	La comunicazione efficace interna, esterna, con paziente. la privacy ed il consenso informato (7)

Acquisizione competenze di processo

Il corso intende supportare il farmacista fornendo nozioni per la corretta comunicazione tra farmacista e cittadino attraverso i nuovi canali web 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.

Questo corso, offre un quadro d'insieme delle tecniche comunicative online.

RAZIONALE

L'interazione tra i differenti canali di comunicazione è fondamentale per creare una informazione efficace. Il farmacista che ha già sviluppato un suo profilo sui social media e dispone di un sito web, deve essere in grado di verificare che i loro contenuti siano in linea con le scelte comunicative adottate in farmacia e abbiano validità scientifica.

Inoltre deve essere in grado di integrare la strategia comunicativa tra i diversi canali (social, sito web, applicazioni e attività svolta in farmacia) per offrire una comunicazione univoca che rappresenti al meglio le caratteristiche peculiari della farmacia.

La buona comunicazione diventa elemento centrale per il servizio al cittadino/paziente che va conquistato fornendo contenuti di interesse e specifici per target di riferimento.

L'immagine social della farmacia deve essere coerente con l'attività svolta in farmacia e con le competenze specifiche dello staff e con i servizi proposti. Al termine di questo percorso formativo si andranno a concretizzare le nozioni teoriche e l'operatività pratica acquisita nell'interazione con il cittadino che va supportato attivamente nel suo bisogno di salute in quanto la prevenzione passa anche attraverso una corretta informazione. Il profilo social può inoltre diventare un efficace canale di informazione sulle campagne e sulle iniziative nazionali e regionali di interesse sanitario; canale di informazione sul corretto uso dei farmaci e sul farmaco equivalente nonché di promozione dell'aderenza alla terapia.

PROGRAMMA

IL FARMACISTA SEMPRE PIU' SOCIAL: LA QUALITA' DELLA COMUNICAZIONE ED IL SERVIZIO AL CITTADINO

Minuti relazione	Minuti di consultazione	Titolo dell'intervento	Relatore/ autore
5		Obbiettivi formativi Contenuto didattico	
		SESSIONE I - Social una opportunità per il farmacista	
60	60	L'EVOLUZIONE DEL LINGUAGGIO SOCIAL Da slogan ad argomentazioni complesse: come è cambiato il linguaggio social negli ultimi anni Le nuove aspettative del cittadino rispetto ad un'informazione più esaustiva Come consolidare un dialogo con i propri clienti/pazienti che porti al riconoscimento delle peculiarità della farmacia e del suo ruolo centrale per la promozione della salute Confronto tra i diversi tipi di comunicazione social: l'esempio di Facebook e Instagram	Alessandro Fornaro
		SESSIONE II - La vetrina sul mondo della rete: strumento di dialogo con il cittadino	
60	60	GLI STRUMENTI PER COSTRUIRE LA COMUNICAZIONE SOCIAL DELLA FARMACIA I post "tradizionali" composti da testo e foto di riferimento Quando l'immagine diventa centrale: da Facebook a Instagram I podcast e il crescente utilizzo dell'audio per trasmettere contenuti complessi Le differenti tipologie di comunicazione video sui social media	Alessandro Fornaro
		SESSIONE III - Cosa vorrebbero trovare i cittadini nel profilo social della farmacia	
60	60	L'INTEGRAZIONE TRA I SOCIAL E IL SITO WEB DELLA FARMACIA L'allestimento di un piano editoriale per una comunicazione integrata Il giusto equilibrio tra contenuti brevi e approfondimenti Trasferire al pubblico contenuti di carattere scientifico che contribuiscano a creare cultura in ambito di promozione della salute e dell'aderenza terapeutica Rendere la comunicazione della farmacia riconoscibile e valorizzare la professionalità dei farmacisti	Alessandro Fornaro
		SESSIONE IV - La corretta informazione social	
60	60	LA SCELTA DELLE FONTI E L'ATTENDIBILITA' DELLE INFORMAZIONI IN AMBITO SCIENTIFICO Conoscere e contrastare il fenomeno delle Fake News I mass media e l'informazione scientifica: come può la farmacia differenziarsi per la qualità dei contenuti Le fonti dalle quali attingere per alimentare i contenuti proposti dai social e dal sito della farmacia Le campagne di informazione sanitaria: la farmacia come presidio della sanità sul territorio Rendere la comunicazione della farmacia riconoscibile e valorizzare la professionalità dei farmacisti per promuovere l'uso corretto del farmaco brand ed equivalente.	Alessandro Fornaro
5		Conclusioni generali	Alessandro Fornaro
Test a risposta multipla e doppia randomizzazione			
Questionario di verifica della qualità percepita e rilevamento fabbisogni formativi			

TOTALE MINUTI FORMAZIONE	490
TOTALE MINUTI DI RELAZIONE	250
TOTALE MINUTI DI CONSULTAZIONE	240
TOTALE ORE FORMAZIONE	8

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
Crediti assegnati	8
Numero utenti	3.000
Professioni	Farmacista Territoriale e Ospedaliero
Tipologia Prodotto FAD	Corsi / videocorsi online su apposite piattaforme di learning management system (LMS) - e-learning
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 parte del materiale di complemento
Responsabile Scientifico:	Alessandro Fornaro Giornalista Esperto in Comunicazione Libero Professionista
Relatori:	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

Segreteria Tecnica e Sede della piattaforma

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



**FORMATO EUROPEO
PER IL CURRICULUM
VITAE**



**INFORMAZIONI
PERSONALI**

Nome		Alessandro Fornaro
Indirizzo		via Paolotti 5 - 35121 Padova
Telefono		3408741156
Fax		
E-mail		alessandrofornaro@gmail.com
Nazionalità		italiana
Data di Nascita		11.06.1967

**ESPERIENZA
LAVORATIVA**

• Date (da-a)		2017 - oggi
• Nome e indirizzo del datore di lavoro		Radiowellness - Vigodarzere, Padova
• Tipo di azienda o settore		testata giornalistica radiofonica
• Tipo di impiego		direttore responsabile
• Principali mansioni e responsabilità		coordinamento della redazione, ideazione e sviluppo delle trasmissioni, conduzione radiofonica

**ESPERIENZA
LAVORATIVA**

• Date (da-a)		2000 - oggi
• Nome e indirizzo del datore di lavoro		Utifar - Unione tecnica italiana farmacisti - Milano
• Tipo di azienda o settore		Associazione di categoria
• Tipo di impiego		direttore editoriale della testata Nuovo Collegamento, mensile, tiratura 19000 copie
• Principali mansioni e responsabilità		definizione e supervisione dei contenuti, coordinamento della redazione

**ESPERIENZA
LAVORATIVA**

• Date (da-a)		1998 - oggi
• Nome e indirizzo del datore di lavoro		libero professionista, collaborazione con agenzie del settore
• Tipo di azienda o settore		formazione
• Tipo di impiego		docenza
• Principali mansioni e responsabilità		Ideazione, sviluppo e conduzione di corsi formativi Ecm rivolti ad operatori sanitari in materia di comunicazione e social media marketing

**ESPERIENZA
LAVORATIVA**

• Date (da-a)		2014 - oggi
• Nome e indirizzo del datore di lavoro		libero professionista, collaborazione con agenzie del settore
• Tipo di azienda o settore		comunicazione e marketing
• Tipo di impiego		conduttore, moderatore
• Principali mansioni e responsabilità		registrazione di interviste radiofoniche e video per aziende del settore farmaceutico e cosmetico



ESPERIENZA LAVORATIVA

- Date (da-a) | 2013 - oggi
- Nome e indirizzo del datore di lavoro | collaborazione con enti istituzionali e convegni tematici
- Tipo di azienda o settore | relazioni in incontri pubblici
- Tipo di impiego | esperto in gestione della comunicazione social
- Principali mansioni e responsabilità | interventi e relazioni presso convegni e sedi istituzionali sul tema della gestione delle comunicazioni social in ambito salute

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- Date (da-a) | 1996
- Nome e tipo di istruzione o formazione | Università degli Studi di Padova
- Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio

- Qualifica conseguita | laurea in farmacia
- Livello nella classificazione nazionale (se pertinente)

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- Date (da-a) | 1997 - 1998
- Nome e tipo di istruzione o formazione | Università degli Studi di Milano
- Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio

- Qualifica conseguita | master in comunicazione scientifica
- Livello nella classificazione nazionale (se pertinente)

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- Date (da-a) | 1998 - 1999
- Nome e tipo di istruzione o formazione | Università degli Studi di Milano
- Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio | Componente del Centro di Farmacoeconomia presso la facoltà di Farmacia

- Qualifica conseguita | Borsa di studio
- Livello nella classificazione nazionale (se pertinente)

CAPACITÀ E COMPETENZE PERSONALI

- MADREALINGUA | italiana
- ALTRE LINGUE | inglese, francese, spagnolo
- Capacità di lettura | BUONO
- Capacità di scrittura | BUONO
- Capacità di espressione orale | BUONO

- CAPACITÀ E COMPETENZE RELAZIONALI | Abituato a coordinare redazioni giornalistiche, favorisce il lavoro di squadra e lo sviluppo di nuovi progetti stimolanti e in grado di valorizzare le competenze specifiche dei componenti della redazione

- CAPACITÀ E COMPETENZE ORGANIZZATIVE | Predilige lo sviluppo di format in grado di trasferire ai lettori/ascoltatori contenuti di qualità, utilizzando tecniche comunicative che favoriscano il coinvolgimento del pubblico



CAPACITÀ E COMPETENZE TECNICHE		Competenze giornalistiche e comunicative adeguate alla creazione di piani editoriali e palinsesti specifici. Competenze comunicative per valorizzare i contenuti anche attraverso l'attività social.
CAPACITÀ E COMPETENZE ARTISTICHE		
ALTRE CAPACITÀ E COMPETENZE		Farmacista esperto in alimentazione, crede nel valore della prevenzione ed è convinto dell'importanza di valorizzare, anche attraverso la comunicazione, i più corretti stili di vita. Esperto in sanità, segue attentamente i modelli di offerta sanitaria e gli sviluppi sociali in ambito health care
PATENTE O PATENTI ULTERIORI INFORMAZIONI ALLEGATI		

8 gen 2019