

Allegato tecnico Cig Z953176FF2

Si richiede l'erogazione di un laboratorio didattico di marketing farmaceutico rivolto agli studenti iscritti al corso di laurea magistrale in Comunicazione scientifica biomedica, Sapienza Università di Roma.

Il percorso formativo deve avere l'obiettivo di trasferire agli studenti un insight sulle strategie e sulle tecniche di comunicazione dell'industria Life Science (farmaceutica, di dispositivi medici, nutraceutica) verso i principali stakeholder di riferimento: i clinici, i pazienti, le istituzioni, i media.

Il percorso deve essere realizzato in modalità completamente digitale, per un max di 40 partecipanti

Le sessioni formative devono essere impostate con la modalità del virtual training che, consente la partecipazione attiva dei discenti e l'interazione diretta con il docente e gli altri partecipanti.

I moduli dovranno essere erogati su piattaforma dell'Università.

I relatori dovranno essere affiancati da testimonial di industrie Life Science.

I contenuti dovranno essere elaborati in 2 seminari di 3 ore ciascuno sui seguenti argomenti:

La comunicazione dell'industria Life Science verso il target dei clinici.

Tematiche oggetto di approfondimento:

- Obiettivi della comunicazione verso i clinici
- From hard data to key messages: la roadmap per un'informazione Scientifica efficace e corretta
- I canali della comunicazione scientifica: articoli, pubblicazioni, congressi ed eventi,
- Comunicazione attraverso i canali digitali
- Ruoli e figure professionali nella direzione medica
- I progetti speciali: analisi di un case study

La comunicazione social dell'industria Healthcare.

Tematiche oggetto di approfondimento:

- I social media nell'industria Life science
- I diversi target: comunicazione istituzionale, comunicazione di prodotto, comunicazione di patologia e progetti speciali
- Social media generalisti vs social media di settore
- Case history